alittleMarket.com

LE GUIDE DU CRÉATEUR

alittleMarket

SOMMAIRE

(Cliquez sur les titres pour accéder directement au paragraphe qui vous intéresse)

1. CHAPITRE 1 : VENDRE SUR A LITTLE MARKET 4

A. Les valeurs et règles A little 4

B. Que vendre sur A little Market ? 6

C. Qui peut vendre sur A little Market ? 7

D. Combien ça coûte ? 8

E. Vendre sur A little Market : quels avantages ? 8

2. CHAPITRE 2 : DÉBUTER SON ACTIVITÉ 10

A. Comment ouvrir sa boutique ? 10

B. Personnaliser sa boutique 11

1. Le nom de la boutique, votre marque 11
2. Votre photo de profil 14
3. Votre bannière 16
4. Descriptif de votre boutique, parlez-nous de vous ! 18

C. Paramétrer sa boutique 20

1. Choisir son statut 20
2. Les modes de paiement 20
3. Profils d'expédition 23
4. Vos Conditions Générales de Ventes 26
5. Les absences 28

D. Mettre en ligne ses créations 29

1. Vos créations, photos & description 29
2. Gérer vos créations 37

E. Organiser ses créations dans sa boutique 39

1. Disposition de vos créations 39
2. Les catégories de votre boutique 40

3. CHAPITRE 3 : LE PROCESSUS DE VENTE PAS À PAS 42

A. Comment se déroule une vente ? 42

B. Annulation de commande 45

C. Les retours et remboursements 51
D. Les évaluations 54
E. La comptabilité 55
4. CHAPITRE 4 : DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ 56
A. Etude des critères de réussite 56
1. Lancer sa boutique en se donnant toutes les chances de réussir 57
2. Passer de la 1ère vente à toutes les suivantes 57
3. Remettre en question son offre 58
B. Accroitre sa visibilité 59
1. Sur le site 59
2. A l'extérieur d'A little Market 66
C. Votre service client, la clé de la réussite 69
1. Qu'est-ce qu'un bon service client ? 69
2. Les outils & services à proposer 70
D. Tisser son réseau A little Market 72
1. Le Forum 72
2. Les collections 73
3. Participer aux événements 73
4. Les familles A little Market 74
5. Les groupes régionaux 74
6. Défi des créateurs 74
7. Le Mur de votre profil 77
E. Tous les outils d'aide à la vente 79
5. DES QUESTIONS ? DES IDÉES ? 80
6. CONCLUSION 81

(Cliquez sur les titres pour accéder directement au paragraphe qui vous intéresse)

Parce qu'A little Market évolue de jour en jour, un petit « New » vous informe des changements et nouveautés du Guide du Créateur dans les parties concernées.

1. CHAPITRE 1 : VENDRE SUR A LITTLE MARKET

Vous avez décidé de vous lancer avec nous dans l'aventure A little ? **MERCI ET BIENVENUE !**

Ce guide est là pour vous donner toutes les informations et conseils nécessaires à la réussite de votre activité sur le site. Il est enrichi en permanence et nous vous invitions fortement à l'enregistrer dans les favoris de votre navigateur Internet afin de le retrouver facilement.

Avant toute chose, nous vous rappelons et conseillons vivement de lire attentivement nos Conditions Générales d'Utilisation afin d'être tout à fait au clair avec le fonctionnement du site - oui le jargon législatif c'est barbant, mais c'est indispensable !

A. Les valeurs et règles A little

Vous le savez, ce qui donne à la fine équipe A little l'envie de se lever le matin c'est de créer une économie plus humaine, en vous aidant à accomplir votre rêve : vendre vos créations aux centaines de milliers de clients qui visitent le site chaque jour.

Pour accomplir cette mission, nous attachons beaucoup d'importance aux valeurs que sont la convivialité, la simplicité, l'audace, l'authenticité, et l'amélioration continue. Pour que vos clients, vous et nous, puissions faire de cette belle aventure un succès, il est important que chaque créateur ait connaissance des règles de vie sur le site et respecte les conditions générales d'utilisation.

Et, pour que tout se passe au mieux, voici un rappel de ce qui n'est pas autorisé sur A little Market :

- **La revente d'articles dont vous n'êtes pas à l'origine de la fabrication** (articles de marques, achetés en gros, fournitures pour créations non fait-main, etc.).
  Notre site est dédié à la vente de créations "fait-main" en petites séries uniquement, la revente n'est donc pas autorisée. Si vous souhaitez vendre des fournitures pour créations, vous pouvez les vendre sur Alittlemercerie.com

- **L'utilisation de logos ou autres éléments de marques sans autorisation de la marque, que ce soit dans les photos, les titres ou les descriptifs de vos produits et**

les mots clés. Exemple : Mario Bross, Gucci, Dior, personnages Disney, Hello Kitty, etc. L'utilisation à des fins commerciales d'éléments déposés est illégal car contraire au droit de la propriété intellectuelle : l'article L. 713-2 du Code de la propriété intellectuelle dispose en effet qu'est « interdits, sauf autorisation du propriétaire, la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque ». En utilisant ces éléments de marques à des fins commerciales, il s'agit de contrefaçon et vous risquez des sanctions pouvant aller jusqu'à des sanctions pénales.

- **Les liens vers vos sites personnels qui contiennent une partie e-shop permettant de vendre vos créations.** Même si nous ne demandons aucune exclusivité, et que nous nous réjouissons de votre succès sur le site et en dehors, ce type de liens n'est pas autorisé sur le site puisque, s'il a vocation à vous aider à vendre, il n'a pas vocation à faire de la publicité et rediriger vers un site concurrent. De plus, en redirigeant vers votre site personnel un potentiel client, vous privez les autres vendeurs de ventes sur leurs boutiques puisque la majorité des acheteurs réalisent leurs achats sur plusieurs boutiques en même temps.

- Et pour les mêmes raisons, nous vous demandons de ne pas **proposer à vos clients**, dans le cadre de leurs achats sur le site, **de passer directement par votre site personnel ou d'autres canaux,** que ce soit pour un 1er achat ou pour un prochain achat.

- **les frais de livraison sur-évalués de manière abusive,** sans lien avec le coût réel de l'expédition. Même si l'outil de gestion des profils d'expédition ne permet pas toujours de calculer au plus juste les frais de livraison de certaines commandes comportant plusieurs produits, si votre client a effectivement payé un excédent de frais de livraison – il s'en rendra compte, vous pouvez tout simplement le rembourser de cet excédent depuis votre porte-monnaie, ou même lui proposer un bon d'achat lors de sa prochaine commande.

- **Les "fausses" fiches produit à but promotionnel/publicitaire ne proposant pas d'articles réels** à la vente, mais faisant la promotion de jeux concours ou réductions sur votre boutique.

- **La vente de produits alimentaires** : même s'ils sont fabriqués par vous, ce n'est pas notre domaine d'activité.

Et même si nous ne souhaitons pas en arriver là, le non-respect de ces règles pourra entraîner la mise en pause, voire la fermeture définitive de votre boutique.

Enfin, nous vous rappelons qu'en vous inscrivant sur le site, vous vous engagez également à respecter notre charte éthique et avoir un comportement responsable vis à vis des autres membres. Nous vous rappelons que chaque vendeur est seul responsable (notamment vis-à-vis d'un acheteur mais également d' A little Market) en cas de dommage causé par ses produits.

Si à l'inverse, vous rencontrez des difficultés avec l'un de vos clients, n'hésitez pas à nous contacter depuis la section aide pour que nous puissions vous aider à régler la situation.

B. Que vendre sur A little Market ?

Créée en décembre 2008, A little Market est la place de marché française dédiée à l'achat/vente de créations fait-main et artisanales.

Par conséquent, les créations fait-main, en petite quantité (mode, déco, sacs, bijoux, objets d'art...), sont les bienvenues !

Mais attention : ni production industrielle ni copies ne sont autorisées à la vente sur le site ! Vous devez aussi vous conformer aux règles de la propriété intellectuelle qui interdisent l'usage des marques ou logos dont vous n'avez pas les droits (Hello Kitty, Disney, etc.).

Consultez la liste détaillée des produits autorisés à la vente sur A little Market

Le site n'impose pas **d'exclusivité** sur la vente de vos créations. Vous êtes libre **de les vendre** sur n'importe quelle **plateforme de e-commerce** ou dans n'importe quel lieu **physique** de votre choix, pensez simplement à désactiver du site les créations que vous avez vendues ailleurs et qui ne sont plus disponibles. En revanche, la seule règle que nous vous demandons de respecter est de ne **pas promouvoir vos autres points de vente ou sites e-commerce sur A little Market** (description boutique et produit, titre, visuels etc.).

C. Qui peut vendre sur A little Market ?

A Little Market est la place de marché dédiée à la vente de créations fait-main et artisanales par des créateurs particuliers ou professionnels (artisans, auto-entrepreneur, petites entreprises artisanales, etc.).

Si vous produisez vous-mêmes des bijoux, des vêtements, des accessoires de mode, des objets déco… ou encore si vous êtes photographe ou artiste, soyez les bienvenus : A little Market a été conçu pour vous !

Et puisque nous sommes la seule plateforme de marché 100% francophone sur Internet, si vous respectez toutes les règles citées plus haut, et que vous êtes un francophone vivant par-delà les frontières françaises, vous pouvez vous aussi ouvrir une boutique sur notre site.

Il n'est pas obligatoire d'avoir un statut professionnel pour vous inscrire en tant que vendeur sur le site, mais, en tant que particulier, vous devez déclarer le montant de vos ventes dans votre déclaration d'impôt sur le revenu.

NB : En 2013, cette déclaration doit se faire sur le formulaire complémentaire 2042C dans la catégorie «BIC non professionnel ». Le formulaire est à se procurer au centre des impôts ou à télécharger sur Internet.

Néanmoins, dès lors que vous atteignez un certain volume de ventes et que votre activité de vente en ligne ne peut plus être considérée comme une simple activité occasionnelle, nous vous conseillons fortement de prendre un statut professionnel afin de vous conformer à la législation en vigueur en matière de commerce régulier (par exemple le statut d'auto-entrepreneur pour commencer car il est avantageux en termes de charges et simple à mettre en place).

Pour tout savoir sur les différents statuts et la législation en place, consultez notre guide « Les statuts pour vendre sur Internet ».

NB : Si vous souhaitez obtenir plus d'informations ou de l'aide pour remplir votre déclaration de revenus et faire figurer les sommes perçues sur AlittleMarket.com, appelez le 0810 467 687 ou visitez le site www.impots.gouv.fr.

D. Combien ça coûte ?

Les frais sont minimums sur A little Market. L'ouverture de la boutique et la mise en ligne des objets sont gratuites et illimitées : vous pouvez mettre en vente autant d'objets que vous le souhaitez et les laisser disponibles à la vente autant de temps que vous le voulez.

Nous nous rémunérons uniquement au travers d'une commission sur vente, sur le principe suivant :

- **Si le montant de la commande** (hors frais de livraison) **est supérieur à 10€**, A little Market prélève une **commission de 5% du montant de la commande, hors frais de livraison**.

- **Si le montant de la commande** (hors frais de livraison) **est inférieur ou égal à 10€**, A little Market prélève **une commission fixe de 0,50€.**

En conclusion, cela ne vous coûte quelque chose que si vous vendez. C'est plutôt une bonne nouvelle vous ne trouvez pas ?!

Pour tout savoir sur les conditions de vente sur A little Market, nous vous recommandons vivement de lire (ou de relire !) attentivement nos Conditions Générales d'Utilisation.

E. Vendre sur A little Market : quels avantages ?

Ouvrir votre boutique sur A little Market, vous permet :

- d'accéder gratuitement à un espace de vente performant visité par des millions de personnes (et oui, ils sont nombreux !)
- de bénéficier de nombreux outils d'aide à la vente gratuits et des conseils de la fine équipe pour démarrer et optimiser vos ventes
- de suivre les résultats de votre activité à travers un tableau de bord statistiques simple, créé rien que pour vous par notre Super Loïc national.
- de bénéficier de l'aide du service « Bien être et Loyauté » en cas de question ou de souci sur une vente
- de garantir à vos clients des transactions sécurisées grâce aux systèmes de paiement que nous mettons à votre disposition

- de profiter des campagnes de communication dans les médias (vous allez être une star !)
- de participer à une aventure humaine unique et au renouveau du fait-main
- de rejoindre une communauté bouillonnante et pleine de vie grâce au forum et aux nombreuses activités communautaires du site : votes, commentaires, favoris, familles, défi des créateurs, évènements, rencontres, etc.

2. CHAPITRE 2 : DÉBUTER SON ACTIVITÉ

Ouvrir sa boutique ET mettre vos créations en vente sur A little Market est la toute 1ère étape du début de votre activité sur le site et donc celle sur laquelle il faut que vous concentriez vos efforts dès votre inscription. Elle n'est nullement la garantie de vendre instantanément vos créations mais elle en est le pré-requis nécessaire et en sera le tremplin.

Comme dans un vrai magasin, la réussite ne se fait pas en un jour, il faut prendre le temps de construire son offre, son réseau et sa clientèle. Et pour cela, il faut comprendre le fonctionnement des outils que vous avez à disposition et dans quels cas les utiliser.

Ce chapitre est fait pour vous donner les bases sur lesquelles vous pourrez ensuite développer votre activité comme vous le souhaitez sur le site… car après tout vous êtes ici chez vous !

A. **Comment ouvrir sa boutique ?**

Pour vendre sur A little Market, il faut 3 choses : un compte A little, une boutique A little Market et une offre.

L'offre, vos créations, ça c'est votre affaire, nous on s'occupe de vous fournir les 2 autres ! Pour avoir un compte A little, rien de plus simple, il suffit de s'inscrire sur le site avec une adresse email (unique), un nom d'utilisateur (unique) et un mot de passe confidentiel auquel vous seul avez accès.

Pour ouvrir une boutique A little Market, vous avez le choix :

- Soit vous n'avez pas encore de compte sur aucun des sites A little (Market, Mercerie) et vous pouvez ouvrir votre boutique pendant le processus d'inscription, c'est-à-dire au moment où vous vous créez un compte, en cliquant sur "Créer votre boutique" à la question "Que voulez-vous faire".

- Soit vous disposez déjà d'un compte A little, et vous n'avez qu'à vous connectez et vous rendre dans votre Espace perso et cliquez sur le bouton bleu « Créer ma boutique ».

NB : l'adresse email et le nom d'utilisateur d'un compte sont uniques et ne peuvent être utilisés si l'un ou l'autre sont déjà présents dans la base de données A little.

Important : l'adresse email, le nom d'utilisateur et le nom de boutique sur un compte sont uniques et ne peuvent être utilisés s'ils sont déjà présents dans la base de données A little.

De plus, une fois votre boutique créée, il n'est **plus possible de changer sa date de création**.

Comment modifier votre adresse email ?

Si vous souhaitez modifier l'adresse email de votre compte, il vous suffit d'aller dans vos Paramètres de compte et de modifier directement votre adresse dans la case « **Email** ». Une fois changée, cliquez sur le bouton « **Valider** » en bas de la page.

Nul besoin d'attendre une confirmation de la modification par email, votre nouvelle adresse email est instantanément prise en compte.

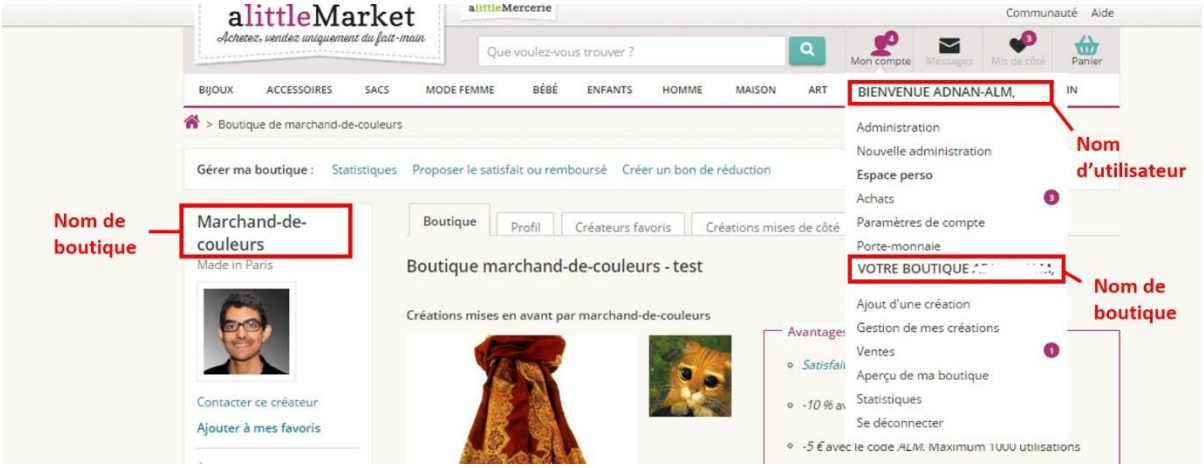
NB : l'adresse email est unique pour chaque compte. Si vous la modifiez sur A little Market, ***la modification s'effectuera automatiquement sur l'ensemble des sites A little*** *(Market, Mercerie).*

B. Personnaliser sa boutique

1. Le nom de la boutique, votre marque

Lorsque vous ouvrez un compte sur A little Market, vous devez choisir **un nom d'utilisateur appelé aussi "Pseudo"**. Votre nom d'utilisateur (rattaché à votre compte sur tous les sites A little) et votre **nom de boutique** peuvent être différents. Visible sur le site, **le nom de boutique représente votre univers, il est votre marque.**

Le nom d'utilisateur quant à lui vous identifie comme une personne et non comme une marque.
Exemple : Monsieur Jean Dupond (nom d'utilisateur : j-dupond) crée la marque "au-marchand-de-couleur" (nom de boutique).
Le nom de boutique est donc très important car il va permettre aux visiteurs (donc potentiels clients) **d'identifier votre marque sur le site.** Vous pourrez ensuite communiquer à vos amis, prospects (potentiels clients) et mettre sur vos cartes de visite. L'adresse de votre boutique sera composée de cette façon : http:// **nom–de-boutique.**alittlemarket.com



Comment choisir votre nom d'utilisateur ?

Le nom d'utilisateur vous permettra de vous connecter sur le site. Vous devez indiquer le nom complet, au tiret près.

Sachez que s'il y a un espace dans le nom d'utilisateur (exemple : adnan alm), il est remplacé par un tiret lors de vos identifications sur le site. Exemple : adnan alm devient adnan-alm. Je dois donc me connecter avec le nom adnan-alm

Comment choisir votre nom de boutique ?

Vous avez déjà une marque ? Prenez le nom de votre marque.

Vous n'avez pas de marque ? Choisissez un nom de boutique qui deviendra votre marque.

✓ **Le nom de boutique doit être simple** : idéalement un seul mot.

Pour que vos clients vous retrouvent rapidement sur le site, évitez de prendre un nom d'utilisateur trop compliqué et dont l'orthographe est incertaine pour ceux qui vous cherchent. Exemple avec "Les créations de Nicolas", l'adresse serait : http://les-creations-de-nicolas.alittlemarket.com. C'est trop long ! Préférez « Nico-Créa » qui donnera alors : http://nico-crea.alittlemarket.com

Mettez-vous à la place des personnes qui saisiront cette adresse dans leur navigateur Internet (si en plus ils ont des gros doigts, ce n'est pas gagné !).

✓ **Le nom de boutique doit être original et facile à retenir.**

Pour vous trouver, les internautes saisiront votre nom d'utilisateur sur Google ou sur le moteur de recherche d'A little Market. Si par exemple vous choisissez un nom de boutique type «Les créations de Nicolas», lorsque les résultats de recherche apparaîtront, vous entrerez en concurrence avec tous les créateurs qui auront choisi de s'appeler «Les créations de ...». Soyez donc plus original pour qu'on ne voie que vous !

✓ **Le nom de boutique doit faire pro.**

Évitez de choisir un nom de boutique du type "Nico1977". Sur internet, cela donnera l'impression à vos clients de s'adresser à un vendeur peu sérieux. En revanche, il peut constituer un nom d'utilisateur pour vous connecter sur le site. Même si vous n'avez pas de statut professionnel, il faut vous comporter comme tel pour rassurer vos clients : vous êtes un créateur motivé, il vous faut un nom de boutique sérieux.

Comment changer votre nom d'utilisateur et votre nom de boutique ?

- Pour changer votre nom d'utilisateur, rendez-vous sur l'icône Mon compte et cliquez sur Paramètres de compte.

- Pour changer votre nom de boutique, rendez-vous sur votre Espace perso, cliquez sur Boutique puis sur Apparence.

Attention ! A chaque fois que vous changez de nom de boutique, vous perdez votre notoriété auprès des clients et votre visibilité sur Google (elle reviendra mais cela prend du temps). Le mieux est donc de bien choisir votre nom de boutique dès le début, avant de vous lancer.

En revanche, un changement de nom de boutique n'aura aucun impact sur le paramétrage de votre boutique (nombre de favoris, créations, votes, commentaires, bannière & avatar etc.). Toutes vos informations resteront intactes, vous ne perdez aucune donnée.

2. Votre photo de profil

La photo de profil, comme son nom l'indique, est la photo qui est associée à votre profil partout sur le site. C'est cette photo qui apparaîtra sur votre boutique, qui ressortira lorsque des membres chercheront votre nom d'utilisateur sur le site et c'est également elle qui illustrera les messages échangés avec des clients ou que vous laisserez sur le forum.

Si vous aviez une boutique physique, ce serait l'enseigne à la porte d'entrée. Ca peut également être votre logo si vous avez une marque.

NB : vous la trouverez également appelée « avatar » sur le site. La photo de profil est lié à votre compte A little, elle sera donc la même sur tous les sites A little (Market, Mercerie).

Bien choisir son photo de profil a donc son importance car elle a une fonction de représentation et c'est sur elle que les clients se feront une première idée de vous mais également de votre boutique et de votre univers créatif.

Comment (bien) choisir votre photo de profil ?

- ✓ **Votre photo de profil doit faire 92 x 92 pixels**

Il existe de nombreux logiciels très simples qui permettent de redimensionner vos photos à la taille souhaitée. Picasa et Paint, qui fait partie des logiciels de base installé sur tous les ordinateurs Windows, par exemple.

Sur Paint, il vous suffit d'ouvrir votre image et de cliquer ensuite sur « Redimensionner », de sélectionner « Pixels » et de renseigner le format souhaité.

✓ **Choisissez une photo de profil qui fasse pro**

Cela doit être une image qui représente votre marque, votre univers créatif. Si vous avez un logo, c'est le lieu idéal pour le placer.

Si vous n'avez pas de logo, cela peut être une illustration ou un portrait de vous. Autre idée : vous pouvez choisir une photo de vous en situation de travail (par exemple dans votre atelier).

Nous vous déconseillons de mettre une photo trop personnelle qui donnera l'impression aux visiteurs que vous ne prenez pas la vente au sérieux (évitez de choisir votre chat, vos enfants, une photo de vacances floue et mal cadrée).

✓ **Avatar : Oui**

X Avatar : Non

Comment enregistrer votre photo de profil sur le site ?

Pour mettre votre photo de profil sur le site, rendez-vous sur l'icône « Mon compte » et cliquez sur Paramètres de compte. Sur la page qui s'ouvre, cliquez sur « Choisissez un fichier », sélectionnez votre image et cliquez sur le bouton vert « Valider » en bas.

Si vous souhaitez changer votre photo de profil, suivez ce même processus mais cliquez sur le bouton violet « Mettre à jour » à droite de la page, au lieu de « Valider » en bas. Nous vous déconseillons néanmoins de changer trop souvent votre photo de profil car, au même titre que votre nom d'utilisateur, c'est une caractéristique de représentation forte car très présente sur le site.

Pour visualiser votre nouvelle photo de profil, vous devez vider votre cache et les cookies de votre navigateur. **Attention** ! L'enregistrement de la modification de votre photo de profil peut néanmoins prendre quelques minutes avant qu'elle soit visible sur le site.

Comment vider son cache et ses cookies ?

- *Sous Internet Explorer, allez dans Outils > Options Internet > Supprimer les cookies.*
- *Sous Mozilla Firefox, en bas de la page d'accueil, allez dans Paramètres > Options > Vie privée > Supprimer des cookies spécifiques et cliquez sur « Supprimer tous les cookies ».*
- *Sous Google Chrome, cliquez sur l'icône des 3 traits horizontaux (ou la clé à molette) en haut à droite (en dessous de la croix pour fermer) et allez dans Outils > Effacer les données de navigation.*

3. Votre bannière

La bannière est le bandeau qui s'affiche en haut de votre boutique**.** Si vous aviez une boutique physique, ce serait la devanture.

La bannière est liée à votre boutique et n'est visible que sur celle-ci. Elle se situe néanmoins en haut de cette page boutique et occupe un espace important visuellement. Il est donc très important de la soigner car elle participe beaucoup de l'apparence de votre boutique et donc de l'impression faite au visiteur. Il ne s'agit donc pas de rater cette occasion d'à la fois faire entrer le visiteur dans votre univers visuel mais aussi de renforcer le caractère fiable et sérieux de votre boutique aux yeux des clients.

Comment créer sa bannière ?

✓ **La bannière doit faire 760 x 100 pixels et être au format JPG**

Créez bien votre bannière directement aux bonnes dimensions, sinon vous risquez de déformer le visuel en redimensionnant votre bannière à a bonne taille et le rendu fera très amateur.

Si vous souhaitez créer votre bannière vous-même, vous pouvez utiliser des logiciels comme Photoshop, Paint ou encore PicMonkey. Pour ce faire, vous pouvez vous appuyez sur notre Guide de réalisation de bannière qui détaille toutes les étapes nécessaires pour faire une jolie bannière.

Si vous préférez faire appel à un graphiste expérimenté, sachez que certains créateurs d'A little Market proposent de réaliser votre bannière : Voir les Créateurs de bannières

✓ **La bannière est le reflet de votre univers créatif**

Si vous n'êtes pas très à l'aise dans la création graphique, partez plutôt sur une bannière simple et sobre qu'une bannière trop chargée, trop personnalisée ou encore une bannière n'ayant aucun rapport avec vos créations.

Et bien sûr, évitez par-dessus tout de mettre en ligne une bannière mal dimensionnée qui sera déformée. Mieux vaut pas de bannière du tout que quelque chose de difforme ou d'un panneau clignotant qui fait mal aux yeux, on n'est pas à Las Vegas !

✓ **Bannière : Oui**

✗ **Bannière : Non**

Comment mettre en ligne votre bannière sur votre boutique ?

Pour mettre en ligne votre bannière, rendez-vous sur l'icône Mon compte et cliquez sur Gestion de mes créations > Apparence. A côté de Bannière de votre boutique, cliquez sur « Parcourir », choisissez votre fichier (format JPG) puis cliquez en bas sur le bouton violet «Mettre à jour ».

Si vous souhaitez changer votre bannière, suivez ce même processus mais cliquez sur le bouton violet «Mettre à jour » à droite de la page.

Pour visualiser votre nouvelle bannière, vous devez vider votre cache et les cookies de votre navigateur. **Attention** ! L'enregistrement de la modification de votre bannière prendra néanmoins 24h avant qu'elle soit visible sur le site.

Comment vider son cache et ses cookies ?

- *Sous Internet Explorer, allez dans Outils > Options Internet > Supprimer les cookies.*
- *Sous Mozilla Firefox, en bas de la page d'accueil, allez dans Paramètres > Options > Vie privée > Supprimer des cookies spécifiques et cliquez sur « Supprimer tous les cookies ».*
- *Sous Google Chrome, cliquez sur l'icône des 3 traits horizontaux (ou la clé à molette) en haut à droite (en dessous de la croix pour fermer) et allez dans Outils > Effacer les données de navigation.*

4. Descriptif de votre boutique, parlez-nous de vous !

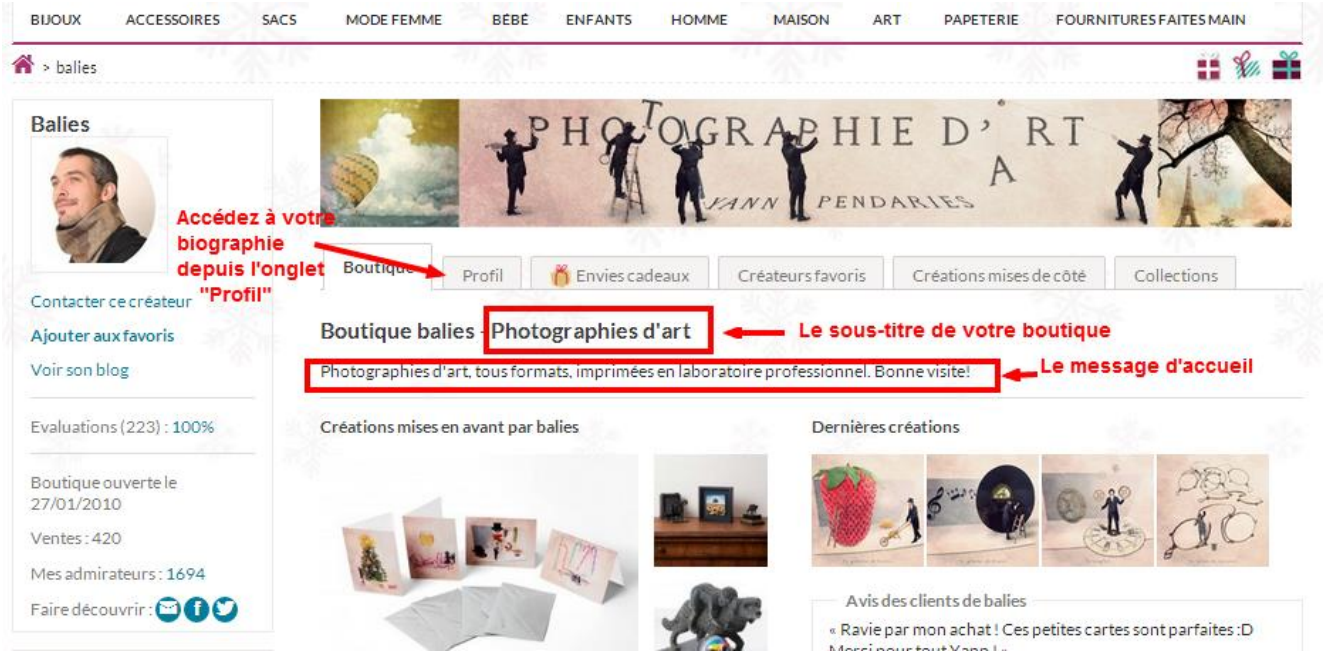
Le descriptif de votre boutique est l'occasion de vous présenter à tous les visiteurs qui passeront par votre boutique, de leur parler de vous et de votre univers créatif pour leur faire comprendre qui vous êtes et ce que vous faites. Sur A little Market, les clients cherchent avant tout des créations originales mais aussi le fait de 'rencontrer' le créateur.

Le descriptif de votre boutique se compose de 3 éléments principaux :

✓ **Le sous-titre de votre boutique** : il vous permet de compléter le nom de votre boutique avec une petite accroche, un slogan ou un descriptif en quelques mots (là encore, soyez court, efficace et pro !).

✓ **Le message d'accueil** : il vous permet de présenter plus précisément votre boutique et votre activité. Là encore, il ne faut pas être trop long, mais percutant.

✓ **Votre biographie :** cet espace vous est consacré à 100% ! Qui êtes-vous, quel est votre parcours, comment êtes-vous devenu créateur, qu'est-ce qui vous inspire, etc.



Important : Chaque élément textuel de votre boutique (titre, sous-titre, biographie, titre de vos créations, descriptions de vos créations, etc.) doit être optimisé afin de pouvoir être trouvé facilement sur Google lors des recherches de vos peut-être futurs clients. Votre présence sur Google et les autres moteurs de recherche est ce qu'on appelle le « référencement naturel ». Il faut que les mots utilisés décrivent au mieux votre article de façon simple et factuelle, en imaginant la recherche que ferait un internaute qui chercherait votre type de créations.

Par exemple, si vous faites de la photographie, employez simplement des mots en rapport avec "photographie" pour décrire votre activité (photo, prise de vue, etc.), et évitez les expressions trop compliquées du type "scénographie artistique" ou "mise en scène instantanée" : personne ne fait ce genre de recherche sur Internet, et donc personne ne vous trouvera.

Que ce soit dans votre boutique ou sur vos produits, vous n'êtes pas autorisé à mettre en avant l'adresse d'un autre site de vente en ligne, même s'il s'agit de votre site personnel, ni un email de contact (nous vous fournissons une messagerie).

Pour compléter ces trois éléments de descriptif boutique, allez sur la page Mon compte > Gestion de mes créations > Apparence

Pour aller plus loin...

Consultez notre guide complet sur le référencement, ainsi que notre article « Comment améliorer son référencement naturel » afin d'optimiser votre présence sur Internet et les moteurs de recherche (Google, etc.).

C. Paramétrer sa boutique

Avant de vous lancer dans la mise en ligne de vos articles, vous devez définir certains éléments de votre boutique : votre statut, les modes de paiement, votre politique de livraison, vos conditions générales de vente, etc.

1. Choisir son statut

Vendre sur Internet en tant que particulier n'est pas interdit. La seule obligation est de déclarer vos revenus sur votre déclaration d'impôts.

Cependant, si votre activité de vente n'est pas "occasionnelle" mais régulière (vous vendez régulièrement sur le site et/ou sur plusieurs plateformes, ou vous participez les week-ends à des expoventes), nous vous recommandons vivement d'opter pour un statut professionnel (de type auto-entrepreneur par exemple pour commencer) afin de vous conformer à la loi.

Si vous débutez, vous pourrez bien sûr changer de statut plus tard. **Pour changer votre statut de vendeur, rendez-vous** dans Mon compte > Gestion de mes créations > Statut et CGV

Pour aller plus loin...

Toutes les précisions sur quel statut choisir et les contraintes législatives liées sont disponibles au Chapitre 1 Vendre sur A little Market > 2) Qui peut vendre ?

2. Les modes de paiement

Il existe 5 modes de paiement sur A little Market. Les informations que vous trouverez dans ce paragraphe concernent les transactions qui ne seront passées QUE dans votre boutique et votre boutique seulement !

En effet, sur A little Market, **un client peut passer commande auprès de plusieurs boutiques en même temps** et en ne payant qu'en une seule fois tous les articles mis dans son panier, même s'ils proviennent de différentes boutiques. C'est ce qu'on appelle **le panier commun**. Le montant de la commande groupée sera ensuite automatiquement réparti par boutique (chaque boutique recevra le paiement qui lui revient). **Dans le cas du panier commun**, vous n'avez pas la main pour lui proposer les modes de paiement disponibles dans votre boutique, **le client ne peut payer que par CB, PayPal ou Porte-Monnaie**. Les autres moyens de paiement ne lui seront pas proposés.

Les modes de paiement disponibles ci-dessous sont donc ceux que vous pouvez choisir de proposer à vos clients sur votre boutique A little Market. Il est important de bien réfléchir aux modes de paiement que vous voulez sélectionner car ils ont une influence sur votre capacité à vendre vos créations à différents profils de clients. Vous pouvez proposer jusqu'à 5 moyens de paiement sur votre boutique :

- Carte bancaire
- Porte-monnaie A little
- PayPal
- Chèque
- Virement

> La carte bancaire est **automatiquement paramétrée** pour les achats sur votre boutique (90% des transactions sont en effet effectuées par carte bancaire sur le site). Le paiement, qui est opéré par notre prestataire Payline, est **totalement sécurisé** pour vos clients. En cas de paiement par carte bancaire, **vous disposez d'un délai de 72 heures pour confirmer la commande** depuis votre interface de suivi de ventes. Passé ce délai, la commande sera automatiquement annulée et l'acheteur remboursé.

> Le porte-monnaie est un moyen de paiement que nous avons développé pour vous permettre de payer vos achats avec les recettes de vos ventes. Il est automatiquement paramétré sur votre compte A little et ne peut être supprimé.

Lorsque vous êtes payé par carte bancaire ou par porte-monnaie, le montant de la vente est transféré vers votre porte-monnaie lié à votre compte. Vous pouvez alors soit demander le transfert de l'argent qui se trouve sur votre porte-monnaie vers votre compte bancaire, soit effectuer des achats sur l'un de nos sites directement avec votre porte-monnaie (AlittleMarket.com, AlittleMercerie.com).

Pour accéder à votre porte-monnaie, rendez-vous dans Mon compte > Porte-monnaie.

Lors des paiements par carte bancaire et porte-monnaie, des **frais de transaction sont appliqués indépendamment de la commission**. Ils s'élèvent à **5% du montant total de la transaction** (frais de livraison compris) et correspondent aux frais appliqués par notre banque pour ces services. Pour les commandes réglées par CB et porte-monnaie, la commission et les frais de transaction sont directement prélevées au moment où vous validez la commande.

> PayPal est un moyen de paiement sécurisé international qui permet à vos clients de payer leurs achats sur différents sites sans avoir à renseigner à chaque fois leurs numéros de cartes bancaires. Si vous avez déjà un compte PayPal, nous vous conseillons de proposer PayPal en mode de paiement sur votre boutique car il est très prisé des clients.

Nous ne prenons pas de frais de transaction lors des paiements par PayPal. Les frais de transactions sont internes à PayPal, et donc à voir directement sur leur site internet.

Pour plus d'informations sur ce mode de paiement, rendez-vous sur le site Paypal.com

> Virement : vous pouvez proposer à vos clients de payer leurs achats en transférant le montant de la vente sur votre compte bancaire. Il faut bien sûr que vous ayez renseigné votre RIB au préalable dans Mon compte > Paramètres de compte > Moyens de paiement

Nous ne prenons pas de frais de transaction pour les paiements par virement bancaire. Les possibles frais de transaction sont à voir avec votre banque.

> Chèque : le client recevra votre adresse pour expédier le chèque, dans son message de confirmation de commande. N'oubliez pas de mettre à jour votre adresse sur le site en cas de déménagement, et tout comme le virement, attendez **toujours impérativement la réception du chèque avant d'envoyer votre colis**.

Nous ne prenons pas de frais de transaction lors des paiements par chèque.

Restriction géographique

Vous ne pouvez pas proposer de **paiement par carte bancaire ni par virement bancaire** si vous **ne** faites **pas** partie de **la zone SEPA** (Single Euro Payments Area). La zone SEPA compte **33 pays** : les 28 pays-membres de l'Union européenne ainsi que l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège, la Suisse et Monaco. Pour la France, les départements et régions d'outre-mer

(Guadeloupe, Martinique, Guyane, Réunion et Mayotte) et les territoires de Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy et la partie française de Saint-Martin font partie de l'espace SEPA. Ce n'est pas le cas des territoires situés dans le Pacifique.

Paiement en 3 fois - Cas particulier des commandes supérieures à 60 €

Si une commande est supérieure ou égale à 60€, nous offrons la possibilité au client de régler ses achats en 3 fois s'il le souhaite. En revanche, le paiement en 3 fois n'est techniquement possible qu'avec la carte bancaire et avec aucun autre mode de paiement, que ce soit pour une commande en panier commun ou une commande dans une seule boutique.

Comment changer le paramétrage de vos modes de paiement ?

Rendez-vous dans Mon compte > Paramètres de compte > Moyens de paiement. Votre RIB nous permettra de transférer le montant des ventes réalisées par carte bancaire ou porte-monnaie vers votre compte bancaire. Il ne peut en aucun nous servir à prendre de l'argent sur votre compte.

Pour aller plus loin...

Pour tout savoir sur le fonctionnement des paiements, consultez notre guide Mode d'emploi des systèmes de paiement

3. Profils d'expédition

Les profils d'expédition sont les conditions et modes d'envoi de vos articles.

Il est important de bien paramétrer vos frais de livraison car il s'agit d'un des freins les plus importants à l'achat en e-commerce pour les clients. Des frais de livraison trop chers ou mal paramétrés peuvent vous faire perdre des clients ou créer de l'insatisfaction.

Comment cela fonctionne-t-il ?

Les tarifs de livraison sont définis par la Poste ou d'autres transporteurs en fonction du poids et/ou de la taille du colis. Les frais de livraison sont souvent les mêmes pour une même catégorie d'articles qui auraient la même taille ou le même poids (bagues, pochettes, perles etc…).

Nous vous proposons donc de prédéfinir des «Profils » d'expédition que vous pouvez appliquer aux articles de votre choix. Pour chaque profil d'expédition, il faut d'abord indiquer le pays ou la zone de livraison où vous souhaitez pouvoir livrer, puis choisir le mode d'expédition que l'on souhaite proposer aux clients (colissimo, lettre max, etc.).

En plus des prestataires de livraison classiques (La Poste, DHL, TNT et autres transporteurs), nous vous proposons d'expédier vos articles grâce à Mondial Relay. **Pour tout savoir sur ce mode de livraison en « Point Relais »,** consultez notre Mode d'emploi livraison en point relais.

Attention, si la commande n'est pas livrée à temps, et ni dans un délai supplémentaire raisonnable, le client peut demander à l'annuler.

Comment déterminer le montant des frais de livraison ?

A vous de déterminer les frais de livraison en fonction à la fois du type de vos articles et du mode d'expédition que vous souhaitez proposer pour chaque type d'article (avec ou sans suivi, recommandé ou non). Pour cela, nous vous conseillons de vous renseigner au préalable sur le site du transporteur pour connaître ses tarifs (La Poste, Colissimo, Chronopost, etc.).

Par ailleurs, une fois vos coûts prévisionnels connus, **nous vous conseillons fortement de proposer les frais de livraison gratuits** (dès le 1er article, ou alors à partir d'un certain montant de commande).

Afin de proposer les frais de livraison gratuits sans que cela ne vous coûte, vous pouvez simplement les intégrer dans le prix de vente de vos articles. Au final, le prix sera le même pour vos clients, mais l'argument « Livraison gratuite » vous fera gagner des ventes.

Pour quelles raisons proposer des frais de livraison gratuits ?

➢ **Des frais de livraison trop élevés vous feront perdre des ventes.**

Rien ne vaut une illustration par l'exemple : dans le cas d'un collier vendu 15 euros avec 4 euros de frais de livraison, l'expédition rajoute plus de 25% supplémentaires au prix initial, et psychologiquement, cela peut être un frein pour un client. Il vaut mieux dans ce cas proposer à vos clients un collier à 19 euros, avec frais de livraison offerts. Intégrer les frais de livraison jouera toujours en votre faveur car votre client aura une bonne perception de votre boutique si les frais de livraisons sont à 0 euros.

Si vous êtes réticent, sachez que vos clients ne sont pas dupes, ils savent que vous prenez une marge sur les créations que vous réalisez, ce qui est tout à fait normal car votre savoir-faire, en plus du coût de fabrication et d'expédition, doit être pris en compte dans le prix. Ce que vos clients veulent au final c'est savoir combien ils payent lors de la validation de leur panier.

C'est une astuce simple mais qui a fait ses preuves : nous avons constaté que les créateurs qui proposent les frais de livraison à 0 euros réalisent en moyenne 15% de vente supplémentaire.

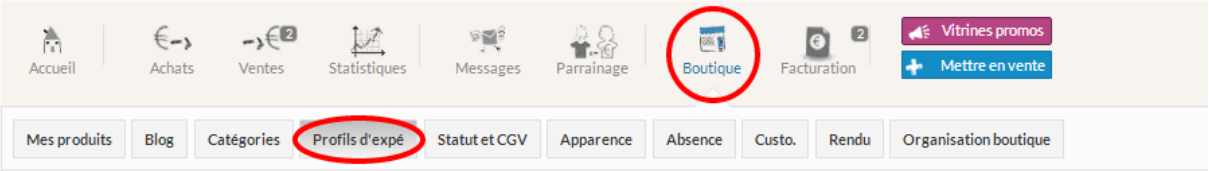
➢ **Sur une place de marché les frais de livraison s'accumulent.**

A little Market est une place de marché : les boutiques sont indépendantes les unes des autres. Lorsqu'un client met plusieurs articles de plusieurs boutiques dans son panier, il a la possibilité de payer en une seule fois, mais devra payer pour chaque boutique des frais d'expédition. L'accumulation de frais de livraison pour chaque boutique risque de lui faire renoncer à son achat (3€ + 3€ + 3€, ça fait beaucoup à la fin).

Proposer des frais de livraison gratuits devrait vous éviter que votre client enlève vos créations de son panier au moment de payer.

Où aller pour paramétrer vos profils d'expédition ?

Pour paramétrer vos différents profils d'expédition : Mon compte > Gestion de mes créations > Profils d'expédition



ATTENTION : Vous ne pouvez pas supprimer un profil d'expédition si celui-ci est déjà appliqué à une de vos créations. Vous devez au préalable le retirer de votre création.

Pour aller plus loin...

Pour en savoir plus, consultez l'article de coaching très complet Faire une offre sur la livraison, ainsi que notre guide dédié au paramétrage des frais de livraison Profil d'expédition mode d'emploi.

4. Vos Conditions Générales de Ventes

Que vous soyez professionnel ou particulier, les conditions de vente sont faites pour expliquer à vos clients comment vous fonctionnez. Cela évitera les litiges ou le mécontentement par la suite, il est donc important de vous pencher sur le sujet. Veillez néanmoins à élaborer des CGV respectant la loi et les CGU du site sinon elles ne pourront être considérées comme applicables.

Vos conditions de vente sont affichées sous chaque article dans l'onglet du même nom.

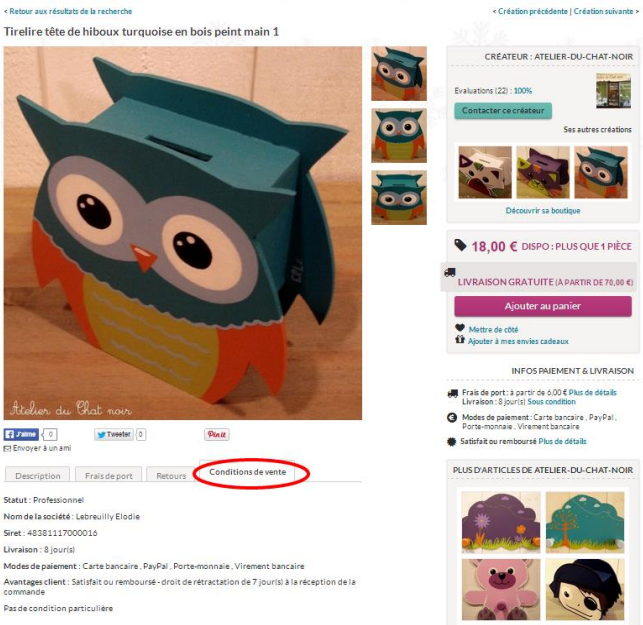
Quelles sont les informations indiquées à vos clients ?

- **Votre statut de vendeur :** pro ou particulier.
- **Vos coordonnées** (SIRET, Nom de société) si vous êtes professionnel.

- **Le délai de livraison**, calculé automatiquement en fonction des modes d'expédition que vous avez choisi.
- **Les modes de paiement** que vous avez paramétrés.
- **Les avantages clients** que vous proposez s'il y en a (satisfait ou remboursé, retour gratuit etc.)
- **Un formulaire de rétractation** (uniquement pour les créateurs professionnels, ou les particuliers proposant le Satisfait ou Remboursé) à remplir par votre client s'il souhaite exercer son droit de rétractation pour retourner son article. Sa demande est valable pendant un délai de 14 jours à compter de la date de réception de la commande.

Rappel : proposer **le satisfait ou remboursé est obligatoire pour les vendeurs professionnels** car il correspond au droit de rétractation accordé par la loi à tout consommateur ayant fait un achat e-commerce. L'acheteur dispose de 14 jours pour retourner le produit à compter de la date de réception de sa commande (ou du dernier produit dans le cas d'une commande multiple).

Pour modifier vos CGV : Mon compte> Gestion de mes créations > Statut et CGV


Tirelire tête de hiboux turquoise en bois peint main 1
CREATEUR : ATELIER-DU-CHAT-NOIR
Contacter ce créateur
Découvrir sa boutique
18,00 € DISPO : PLUS QUE 1 PIÈCE
LIVRAISON GRATUITE
Ajouter au panier
Description
Frais de port
Retours
Conditions de vente
Statut : Professionnel
Livraison : 8 jour(s)
Modes de paiement : Carte bancaire , PayPal , Porte-monnaie , Virement bancaire
PLUS D'ARTICLES DE ATELIER-DU-CHAT-NOIR

5. Les absences

Si, pour n'importe quelle raison (des vacances par exemple), vous n'êtes pas disponible pour gérer votre boutique pendant un certain temps, vous pouvez **programmer une absence** sur votre boutique.

Pour cela, vous devez renseigner la date de début et de fin de votre absence, et préciser si oui ou non vous souhaitez bloquer les commandes pendant votre absence. Vos clients seront informés de votre absence **directement sur votre boutique.**

Pour programmer une absence, rendez-vous dans Mon compte > Paramètres de compte > Absence.

D. Mettre en ligne ses créations

1. Vos créations, photos & description

Avant toute chose, nous vous rappelons qu'A little Market est une place de marché de **créations originales faites à la main**. Tout autre type de produit qui sera mis en vente sur le site sera supprimé.

Si vous avez un doute sur la validité de la mise en vente de votre produit nous vous invitons à consulter la liste détaillée des produits autorisés à la vente sur A little Market.

Il est par ailleurs ESSENTIEL d'avoir un tant soit peu **préparé la mise en ligne de ses créations** et ce en plusieurs étapes clés :

- Il faut bien sûr **avoir créé plusieurs articles** (au moins 10-12 car une boutique avec une seule création n'est pas très engageante) et ça c'est votre domaine, c'est vous l'expert ;)
- Il faut avoir **étudié l'offre déjà présente sur le site** et regarder **comment faire pour se différencier, sortir du lot** par rapport à d'autres boutiques proposant des créations du même type que les vôtres.
- Il faut avoir **préparé la façon dont vous allez décrire chacune de vos créations** pour répondre à 2 pré-requis de la vente en ligne :
    - **fournir toutes les informations** concernant votre création (ce qu'elle est, sa réalisation, les matériaux, la couleur, le style…). Un défaut d'information suffit pour qu'un visiteur n'achète finalement sans prendre le temps de vous demander.
    - **donner envie d'acheter** votre création (sans tomber dans un discours commercial) notamment en décrivant son utilisation ou l'effet de son utilisation par le client.
    - **Et savoir structurer ces descriptions** de vos créations par titre, sous-titre, description, caractéristiques, mots clés, etc.
- Et enfin - et sans cela, il serait illusoire d'espérer vendre : il faut avoir fait une vrai séance de "shooting" photo de vos créations afin de pouvoir mettre en ligne des **photos d'une qualité irréprochable** qui soient à la hauteur de vos créations, les valorisent et donnent

envie de les acheter.

En effet, **pour avoir une chance de vendre une de vos créations**, vous devez avoir des **photos** irréprochables, et même **parfaites**. En effet, il est très simple pour le visiteur et potentiel client de comparer plusieurs créations similaires, et si vous n'avez pas une photo de qualité parfaite, vous pouvez être sûr que ce n'est pas votre création qu'il achètera.

N'oubliez pas qu'en e-commerce, **la personne ne voit pas la création**, elle ne peut pas la toucher. Et si la photo est floue, pas assez lumineuse, le visiteur ne VERRA pas bien votre création et ne l'achètera donc pas, il ne cliquera même pas sur la vignette produit. Vous-même, achèteriez-vous un article dont vous ne voyez même pas précisément les contours, mal éclairé ou avec en arrière-plan le chat dans le salon ?

Comment mettre en ligne ses créations ?

Pour mettre en ligne vos créations, c'est très simple, rendez-vous dans Mon compte> Gestion de mes créations, puis cliquez sur **« Ajouter un produit »** (en haut à droite de la page).

Comment remplir sa fiche produit ?

Vous devez alors remplir la fiche produit de votre création et renseigner les éléments suivants :

- **Photos :** Elles doivent être au format JPG ou png. La taille minimum est de 450x450 pixels. N'hésitez pas à mettre plusieurs photos pour chacune de vos créations pour la présenter sous différents angles ou zoomer sur le détail choc de votre création. Et n'oubliez pas que pour avoir une chance de vendre une de vos créations, vous devez avoir des photos PAR-FAITES. Pour ce faire, suivez les recommandations de notre **incontournable et très complet** Guide Photo et consultez l'article de coaching très complémentaire Comment mettre ses créations en valeur à travers ses photos ?

Bon à savoir

Afin de garantir une certaine qualité visuelle dans les mises en avant création et boutique, l'équipe marketing d'A little Market prend en compte plusieurs critères dans le choix des créations qu'elle met en avant sur le site et dans les newsletters :

- Même si le **format minimum** pour les photos de créations est de **450 x 450 pixels**, nous vous recommandons d'opter pour un **format optimal de 765 x 450 pixels** ou plus si vous souhaitez donner à vos **visuels** la chance d'être retenus pour être **mis en avant** sur le site et dans les newsletters gérés par le Marketing de la Fine Equipe.
- Les photos des créations ne doivent comporter ni **logo**, ni le **nom** de la boutique, ni pièce de monnaie pour indiquer l'échelle (c'est moche !)
- Elles doivent avoir **un fond clair et uni**, ou présenter une mise en situation du produit
- Les photos des créations doivent être parfaitement **nettes** et avoir une **belle mise au point** sur le produit
- **La création doit être au centre de la photo** car pour l'affichage des vignettes produit, un recadrage carré au centre est effectué. Et même si la création doit être le sujet principal de la photo et en occuper la majorité de l'espace, pensez néanmoins à **aérer** visuellement vos photos en laissant un peu d'espace autour.

Mais rassurez-vous, pour réaliser de belles photos de vos créations vous n'êtes quand même pas obligé de faire appel à un photographe professionnel pour commencer, il suffit de **suivre toutes les recommandations de notre Guide Photo et de consulter l'article de coaching très complémentaire Comment mettre ses créations en valeur**

Votre photo ne se charge pas dans le bon sens sur le site ?

Cela arrive lorsque la photo a été prise avec du matériel Apple car les supports Apple n'enregistrent pas les photos en portrait mais en paysage par défaut. La plupart des logiciels effectuent automatiquement la rotation, mais cette configuration n'est pas automatisée pour le moment sur notre site. C'est pour cela que votre photo n'apparaît pas dans le bon sens.

Pour y remédier, il faut que vous tourniez vos photos sur votre ordinateur AVANT de les poster sur notre site, de sorte qu'une fois chargées sur le site elles soient dans le bon sens.

Pour cela, si vous utilisez Windows, ouvrez la photo avec la Visionneuse de photos Windows et retournez là en cliquant sur " Faire pivoter vers la gauche ou vers la droite ".

Si vous utilisez un Mac, retournez-la via Aperçu > Outils > Rotation à gauche ou à droite.

Voilà, il ne vous reste plus qu'à la charger sur votre boutique !

- **Catégorie :** choisissez la catégorie et les sous-catégories correspondant le plus à votre création. Prenez bien soin de classer votre création dans la sous-catégorie appropriée la plus fine possible car sinon elle n'apparaîtra pas dans les résultats de recherche d'un visiteur qui va à un échelon de catégorie plus précis.

  Il y a également moins d'articles (donc plus de chances de se distinguer) au sein d'une catégorie plus précise, plus fine qu'au sein d'une catégorie plus large. De plus, c'est souvent les visiteurs qui savent ce qu'ils veulent qui naviguent par catégorie et sous-catégorie, donc de sérieux clients potentiels ! **Attention** à ne pas vous tromper de catégorie, sinon aucun visiteur ne trouvera votre création car elle sera rangée au mauvais endroit.

- **Titre, sous-titre et description :** le titre et le sous-titre doivent faire entre 5 et 15 mots et la description 20 mots minimum *(hors mots de 2 lettres du type : "de", "aux", "à", "le", "en")*. Soyez clair, simple mais précis :

  ✓ Le titre doit être concis et dire en quelques mots CE QU'EST la création.

  ✓ Le sous-titre doit être plus développé et amener des informations complémentaires à celles, très synthétiques, du titre, comme la gamme de produits par exemple.

  ✓ La description en revanche doit être exhaustive et donner tous les détails concernant la création afin de permettre à vos clients de comprendre ce que c'est, et également, d'avoir envie d'acheter votre création.

Top 5 des erreurs à NE PAS commettre :

- Avoir un titre qui ne décrit pas la création
- Avoir au sein du titre des mots qui n'ont rien à voir avec la création
- Ajouter le nom de la boutique dans le titre
- Confondre le titre et le sous-titre (le titre doit être concis et représentatif du produit. Le sous-titre doit être plus développé et peut contenir le nom de la gamme de produits par exemple)
- Titrer tous vos produits de la même manière ou utiliser le même descriptif pour toutes vos créations (Google sanctionne sévèrement les contenus complètement ou partiellement copiés).

- **Mots complémentaires :** vous pouvez ajouter des mots clés qui seront associés à votre création. Les mots complémentaires peuvent être de tout type, tant qu'ils sont en cohérence avec votre création. Ils sont limités à 255 caractères. Cela ne sert donc à rien de mettre tous les mots clés qui vous semblent les plus recherchés notamment des thématiques, univers. Ils vous permettront ainsi d'optimiser encore votre référencement sur les moteurs de recherche externes (Google etc.).

  NB : Attention, il est formellement interdit d'ajouter les noms d'autres boutiques dans vos mots clés afin de détourner un partie de leur trafic : cette pratique déloyale n'est pas autorisée et conduira à la suspension de votre boutique.

- **Informations sur les différents aspects du produit :** Donnez le maximum de détails en prenant en compte les caractéristiques principales de vos créations. Ces informations sont très importantes et permettront à vos clients de vous trouver facilement lorsqu'ils feront une recherche sur le site en filtrant précisément leurs critères dans la colonne de gauche sur les pages de résultat.

  - **Les matières et couleurs :** Vous pouvez renseigner jusqu'à 2 matières et 2 couleurs pour chaque produit. Ces informations sont obligatoires, et **primordiales** dans la création de votre fiche produit, notamment pour le référencement dans le moteur de recherche du site. N'hésitez pas à en rajouter directement dans votre descriptif produit si nécessaire, afin d'être le plus précis possible.

  - **Les autres informations :** Les informations comme le style, l'occasion ou encore le type de destinataire (« Plus d'options pour augmenter votre visibilité »). Elles sont

optionnelles mais permettent de donner plus de précision sur votre création, et donc augmentent vos chances de vendre.

Comme pour le descriptif de votre boutique, vous devez optimiser chaque élément décrivant et caractérisant vos créations afin qu'elles puissent être le plus facilement trouvées sur le site et sur les moteurs de recherche externes. Cela compose la majorité des éléments indexés qui déterminent votre visibilité naturelle sur le site lors d'une recherche et sur les moteurs de recherche externes.

Consultez notre guide complet sur le SEO, ainsi que notre article « Comment améliorer son référencement naturel » afin d'optimiser votre présence sur Internet et les moteurs de recherche (Google, etc.).

- **Customisation :** si vous pouvez et souhaitez proposer à vos clients de personnaliser certaines de vos créations en fonction de leurs demandes, c'est ici que vous devez le préciser. Vous pouvez également placer cette information dans le descriptif des créations sur lesquelles vous acceptez de le faire.

  La customisation est clairement un argument commercial fort que nous vous conseillons de proposer **si vous pouvez le gérer**. C'est aussi ce que les clients recherchent en venant sur A little Market : des créations uniques qu'ils ne verront chez personne d'autre, et réalisées pour eux.

Comment se déroule une commande avec une demande de customisation ?

Sur la fiche article, le client souhaitant faire une demande de customisation peut cliquer soit sur le lien en bas de page "Vous voulez faire personnaliser cette création ? Faites une demande au créateur", soit tout simplement vous envoyer un message en cliquant sur le bouton "Contacter ce créateur". Vous recevez un message dans votre Messagerie et pouvez alors échanger avec le client pour convenir avec lui de la personnalisation de la commande.

Une fois réalisée, il faut créer une nouvelle fiche article qui correspond à la customisation demandée par le client et lui réserver cette fiche article en entrant le nom d'utilisateur du client dans la case "Réserver" dans la partie 6. Option, afin qu'il soit le seul à pouvoir l'acheter. Il ne vous reste plus qu'à informer le client que sa création personnalisée est prête en lui envoyant un message dans lequel nous vous conseillons de lui copier/coller l'URL de la fiche

article.

- **Prix : Il est à remplir TTC en Euros.** Pour déterminer votre prix de vente, il faut tenir compte de tous vos coûts, à la fois du prix de vos matières premières, du temps que vous avez passé pour réaliser la création (votre rémunération horaire somme toute), et également de la marge (= le bénéfice) que vous souhaitez dégager sur la vente de vos créations.

  ATTENTION ! Vous devez obligatoirement renseigner un prix supérieur à 0.05€, sinon votre fiche produit n'apparaitra pas sur votre boutique. Si vous souhaitez vendre un produit à un prix inférieur à 0.01€, nous vous conseillons de le vendre par lot.

  Si vous avez du mal à vous positionner, n'hésitez pas à regarder les prix pratiqués sur le site pour des créations du même type que les vôtres, s'il y en a. Cela vous donnera une première idée de ce que vous pouvez proposer. Il s'agit de **fixer un prix juste**. Attention néanmoins à ne pas faire fuir vos potentiels clients avec des prix trop élevés. **Ne voyez pas trop bas pour autant** : des créations à bas prix seront suspectes car elles peuvent être assimilées à de la revente d'articles produits en masse. Votre savoir-faire a un prix et les clients le savent sinon ils ne chercheraient pas à acheter de la création. Le prix de vos créations doit vous permettre de pouvoir faire des offres commerciales ponctuelles, faire une offre sur les frais de livraison et autres. Bref, essayez de trouver le bon équilibre et n'hésitez pas à ajuster vos prix si besoin est.

- **Quantité disponible :** indiquez combien d'exemplaires de la création vous souhaitez mettre en vente sur votre boutique A little Market. Nous vous rappelons que les clients A little Market viennent chercher des pièces uniques ou des petites séries, vous ne devriez pas être à même de proposer une création en de trop nombreux exemplaires, cela dévaloriserait votre offre. Privilégiez plutôt de la créer dans des déclinaisons (de couleur/taille/matériaux différents).

  Attention à bien soustraire une unité à cette quantité disponible si vous avez un exemplaire de la création par un autre biais qu'A little Market. **Vous êtes responsable de la gestion de vos "stocks"** et, en cas d'une commande annulée car la création n'est finalement plus disponible, nous ne remboursons pas la commission.

- **Délai d'expédition :** il s'agit du nombre de jours qu'il vous faut pour **traiter une commande et la porter à La Poste** (ou à la transmettre à votre transporteur). Si vous traitez les commandes le jour même, mettez 0. Pour 1 jour de délai avant l'expédition, mettez 1 etc. Les clients apprécient toujours d'être livrés le plus rapidement possible, néanmoins restez calme,

mieux vaut une bonne surprise avec un colis qui arrive avec un jour d'avance qu'une déception avec un colis qui arrive en retard. Cela peut suffire pour motiver une mauvaise évaluation par exemple et votre client sera peut-être déçu. Ce conseil est valable à toutes les périodes de l'année même si pour Noël par exemple, la réactivité et la rapidité de livraison sont des critères de choix discriminants pour capter les clients en retard sur leurs cadeaux à quelques jours de Noël.

- **Frais de livraison :** appliquez simplement l'un des profils d'expédition que vous avez préalablement paramétré, ou créez un nouveau profil que vous pourrez ensuite appliquer à d'autres créations similaires.

- **Options :** c'est ici que vous pouvez réserver un produit à un client en renseignant son ID ou nom d'utilisateur (pour une création customisée notamment), programmer une mise en ligne ou encore choisir de placer la création dans une de vos catégories personnelles.

A la fin de la création de votre fiche article, **cliquez bien sur le bouton vert "Mettre à jour" ou** sur le bouton **"Enregistrez le brouillon"** si vous n'avez pas fini ou pas rempli tous les champs obligatoires, **sinon votre fiche article ne sera pas enregistrée** et votre travail sera perdu.

Nous vous conseillons de **mettre régulièrement en ligne de nouvelles créations**, cela vous permet d'alimenter votre boutique en nouveautés et également de remonter dans le moteur de recherche qui prend en compte la nouveauté.

2. Gérer vos créations

En tant que créateur, vous êtes responsable de la tenue de votre boutique et de la bonne gestion de vos références. C'est donc notamment à vous de tenir à jour vos stocks, de retirer de la vente les créations que vous ne souhaitez plus vendre ou que vous avez vendues par ailleurs, etc.

Pour effectuer ces différentes actions de gestion rendez-vous dans Mon compte> Gestion de mes créations.

- **Pour modifier une fiche article**, cliquez sur « Editer » présent sur la ligne de chaque article. Vous pourrez alors modifier les éléments que vous avez renseignés et n'oubliez pas de les enregistrer en cliquant sur « Mettre en ligne » en bas de la page.

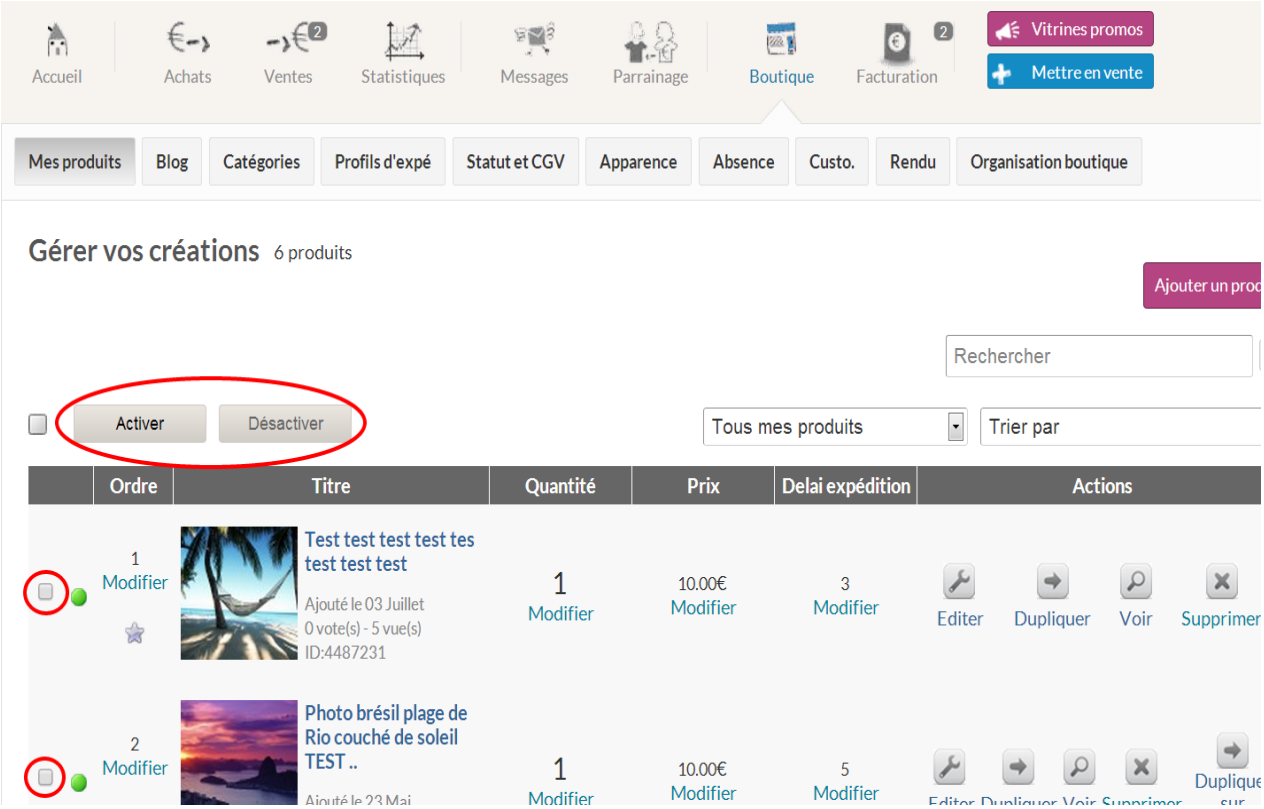
  NB : la quantité, le prix, le délai d'expédition et l'ordre de chaque article peuvent être modifiés directement sur la page Gestion des créations sans avoir à rentre dans la fiche article.

- **Pour supprimer définitivement une fiche article,** cliquez sur « Supprimer »

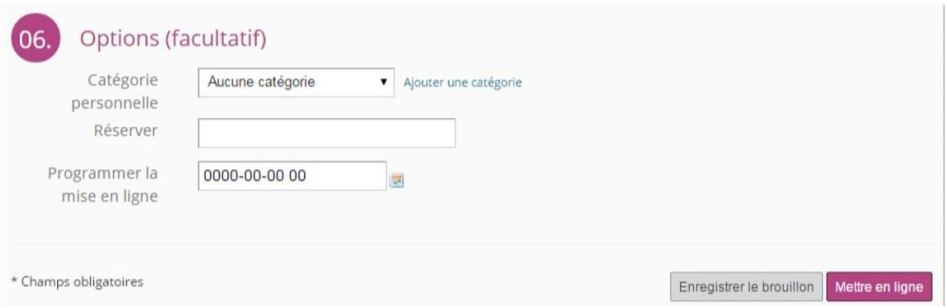
- **Pour dupliquer une fiche article,** cliquez sur « Dupliquer ». Cette fonction est très utile si vous créez par exemple le même produit dans plusieurs couleurs ou tailles différentes. En dupliquant la fiche article, vous n'aurez pas à renseigner à nouveau tous les détails depuis le début, et pourrez simplement modifier les éléments qui varient sur ce nouvel article.

- **Pour retirer une création de la vente**, il suffit de la **désactiver** : elle n'apparaîtra alors plus dans votre boutique mais restera sur votre page « Gestion de mes créations ». Vous pourrez par la suite la réactiver si vous le souhaitez. Les créations inactives ont leur petit rond rouge et les créations actives (donc disponibles à la vente) l'ont vert.

  Pour désactiver ou activer un produit, vous pouvez soit cocher la case située à côté du produit de votre choix et cliquez sur « Désactiver » pour le retirer de la vente, ou « Activer » pour le remettre en vente, soit également cliquer directement sur le petit rond, vert ou rouge, situé à gauche de chaque ligne de produit.



- **Pour réserver votre création à un acheteur**, vous devez **inscrire le nom d'utilisateur de l'acheteur dans la rubrique « 6. Option (facultatif) »** puis la case « Réserver » lorsque vous éditez une création à partir de la page de Gestion de vos créations



Excepté l'acheteur en question, **les visiteurs de votre boutique n'auront plus la possibilité d'acheter votre création** bien qu'elle continuera d'apparaître dans votre boutique. Une mention **« Réservé »** sera inscrite sur la fiche-produit.

E. Organiser ses créations dans sa boutique

1. Disposition de vos créations

Actuellement, par défaut, seuls 40 articles apparaissent sur la première page de votre boutique et il est rare que quelqu'un qui visite votre boutique aille au-delà de la page 3 pour découvrir vos différents produits.

Choisir les produits qui apparaissent dans les 40 premiers peut donc s'avérer crucial pour toujours présenter ses plus belles créations ou celles qui représentent le mieux votre univers créatif ou celles qui se vendent le plus.

Par défaut, la règle d'affichage au sein de la boutique est **chronologique**, c'est-à-dire que c'est le dernier produit mis en ligne qui apparaîtra en premier dans votre boutique. Néanmoins vous pouvez décider de la disposition de vos produits dans votre boutique.

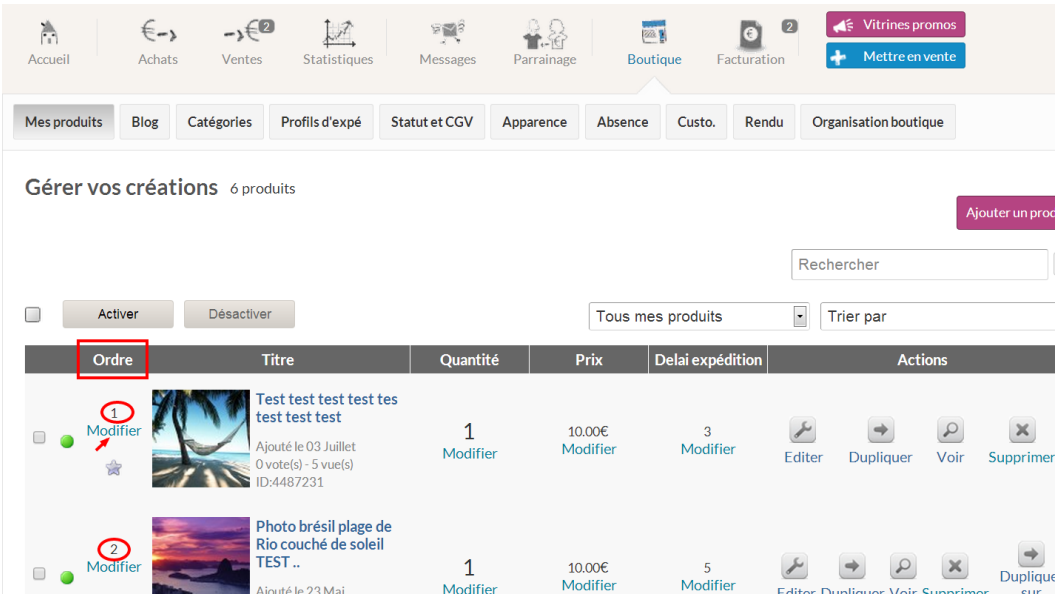
Vous disposez de différentes options pour contrôler l'affichage de vos produits au sein de votre boutique :

- Dans votre Espace perso > Boutique > Gestion des créations, dans la colonne Ordre,

  - cliquez sur la petite étoile pour faire apparaître le produit dans les produits mis en avant en haut de la boutique

Boutique
Profil
Envies cadeaux
Créateurs favoris
Créations mises de côté
Collections
Boutique charlotteguillard - =APACHE=
La création apparaitra ici
Charlotte Guillard est une jeune créatrice parisienne. Sa marque =Apache=, connait un grand succès grâce à sa collection inspirée de l'artisanat Amérindien. Les couleurs, les plumes, les formes géométriques et les perles définissent son univers poétique e... Lire la suite
Créations mises en avant par charlotteguillard
Avantages clients de la boutique
Satisfait ou remboursé
Frais de port offerts sur toute la boutique
Avis des clients de charlotteguillard
« C'est un beau bijoux pour maintenir les cheveux. »
Lire tous les avis
Rechercher
Produits par page : 40
Trier par
Affichage :

- attribuer des numéros à tous vos produits pour les classer par ordre d'affichage. Par défaut, le numéro attribué à tous les produits est 1 depuis septembre 2013.



NB : Pour les fiches articles créées avant sept 2013, le numéro attribué par défaut était le 0.

IMPORTANT ! La modification d'affichage d'un produit ne se fait pas immédiatement donc ne soyez pas surpris si vos modifications ne sont pas prises en compte tout de suite.

2. Les catégories de votre boutique

L'autre composante pour aider le visiteur de votre boutique à s'y retrouver dans vos créations et à mettre en avant les créations de votre choix sont les catégories de votre boutique. Comme dans une vraie boutique physique, vos créations sont organisées, classées sur le modèle des "rayons" afin de faciliter l'accès à vos différents types de créations pour le visiteur. Par ailleurs, les catégories de votre boutique sont prises en compte dans le moteur de recherche du site et également dans votre référencement en dehors du site (Google, etc.).

Pour cela, vous avez la possibilité de ranger chaque création dans 2 types de catégories au sein de votre boutique :

- **Utiliser les catégories générales d'A little Market,** celles qui apparaissent dans le moteur de recherche. Par défaut, c'est le classement utilisé dans toutes les boutiques.

- **Créer et gérer vos propres catégories personnelles** ce qui vous permet de mettre en avant une partie de votre offre plutôt qu'une autre selon vos besoins ponctuels.

Comment utiliser cette option efficacement ?

Nous vous conseillons de mixer les 2 options : c'est à dire de laisser les catégories générales du site (bagues, robes, jupes etc.) et de créer en plus des catégories par thème afin de proposer à vos clients une autre façon de chercher.

Attention à éviter les noms à rallonge (au-delà de 3-4 mots, la lisibilité sur la boutique en pâtit) et à ne pas abuser des catégories personnelles car vous risquez de vous retrouver avec une looooongue liste de catégories dans laquelle le visiteur sera perdu et/ou avec une seule création par catégorie. De toute façon, elles sont limitées à 100 même si on ne vous conseille pas d'atteindre cette limite !

Quelques exemples :

- A la Saint Valentin, créez une catégorie "Cadeaux Saint Valentin" dans laquelle vous allez mettre des pièces spécialement créées pour la Saint Valentin.
- Si vous faites une opération de déstockage, créez une catégorie : "Déstockage tout à -30%"
- Vous pouvez aussi classer vos créations par taille : Les Taille 36, Les Taille 38 etc.

L'expérience montre que les clients ont besoin qu'on leur suggère des idées. La majorité vient sur A little Market sans savoir l'avance ce qu'ils veulent offrir ou s'offrir, vos catégories pourront les aider !

Pour paramétrer vos catégories, RDV dans Mon espace perso > Boutique > Catégories

Pour aller plus loin…

Nous vous invitons à consulter le guide Comment faire des fiches produits efficaces pour la vente sur A little Market, ainsi que le très complet article de coaching « Le little conseil du mois – Rédiger une bonne fiche produit ».

3. CHAPITRE 3 : LE PROCESSUS DE VENTE PAS À PAS

A. Comment se déroule une vente ?

1) L'Acheteur achète une création à un Vendeur, le vendeur reçoit la notification de cette nouvelle commande par e-mail.

2) Acheteur et Vendeur peuvent suivre l'évolution de la commande dans leur espace Achats ou Ventes

3) Lorsque le Vendeur a reçu le paiement de la commande, il clique sur le bouton « Confirmer la réception du paiement » et l'Acheteur est notifié par mail que le paiement a bien été reçu.

4) Le Vendeur peut alors, s'il le souhaite, préparer le colis à l'aide du Document de préparation de commande sur lequel figurent les illustrations des articles commandés et le commentaire de l'Acheteur.

5) Le Vendeur imprime le récapitulatif de commande, le place dans le colis avec la ou les création(s), expédie le tout et l'indique à l'Acheteur en cliquant sur le bouton « Confirmer l'expédition » qui est notifié de l'expédition de la commande par mail. Il peut également le voir dans son espace perso.

6) Après envoi de la commande, le rôle du Vendeur est terminé (sauf retour), il est donc invité à évaluer la transaction.

7) Lorsque l'Acheteur reçoit sa commande, il est invité à confirmer la réception du colis en laissant une évaluation au Vendeur sur la commande. Evaluer le Vendeur confirme automatiquement la réception du colis (l'évaluation est donc faite après réception du colis et pas avant). Si l'Acheteur ne laisse pas d'évaluation, le colis est considéré comme reçu au bout de 21 jours.

Où se trouve l'espace suivi de commande ?

En tant que vendeur, le suivi de la commande se fait dans l'onglet « Ventes » de votre Espace perso. En tant qu'acheteur, le suivi de la commande se fait dans l'onglet « Achats » de votre Espace perso.

Concrètement, à quoi cela ressemble ?

Côté Acheteur

Une zone avec des messages personnalisés pour suivre toutes les étapes de la commande
Une zone dédiée au suivi du colis
ACHATS EN COURS
Filtrer par : En cours
Date de la commande : 24 Septembre 2013
Statut : EN ATTENTE D'EXPÉDITION
Le créateur doit confirmer la réception du paiement. Si vous avez déjà envoyé votre chèque, patientez quelques jours ou contactez le créateur. Si vous n'avez pas envoyé votre chèque, merci de l'envoyer à l'adresse suivante :
triveri
triveri jean
20 rue charles baudelaire les balcons du ray A
06100 NICE
N° de commande : 1314076
Créateur : yolande
Mode de paiement : Chèque
Mode de livraison : Courrier colissimo
Adresse de livraison :
nada mani
104 rue de Lagnyt
75002 paris
Frais de port : 7,10 €
Total : 26,10 €
Etat d'avancement : Non expédiée.
Mode de livraison : Courrier colissimo
N° de Colis : Non expédiée. Le n° de colis vous sera donné à l'expédition.
Date de la commande : 24/09/2013
Date d'expédition estimée : 24/09/2013
Date de livraison estimée : 26/09/2013
Suivre la commande
Contacter le créateur
Imprimer le récapitulatif de commande
longue écharpe en laine tricotée main rose Fuchsia/noire
Quantité : 1
19,00 €
Et si vous avez le moindre souci, notre rubrique d'aide pourra vous éclairer.

Coté Vendeur

Les boutons d'actions permettant de gérer votre commande
Une zone avec des messages personnalisés pour suivre toutes les étapes de la commande
Un document clair pour préparer efficacement la commande
La possibilité de laisser des messages sous la commande
Le récapitulatif de commande à placer dans le colis
VENTES EN COURS
Filtrer par : En cours
Rechercher : N° commande ou pseudo
Ok
Date de la commande : 04 Juillet 2014
Statut : EN COURS DE PRÉPARATION
Pensez à imprimer le récapitulatif de commande pour votre client et à le placer dans le colis.
N° de commande : 2280459
Document de préparation de commande
Acheteur : ziggylautruche (4 commandes)
Règlement : Chèque
Mode de livraison : Courrier normal
Adresse de livraison :
Boubou Katia
1 rue du haut de la noue
92390 VLG
France métropolitaine
longue écharpe en laine tricotée main rose Fuchsia/noire
Quantité : 1
19,00 €
Confirmer l'expédition
Contacter le client
Suivre la commande
Annuler la commande
Imprimer le récapitulatif de commande
Frais de port : 7,10 €
Total : 26,10 €
Conversation à propos de cette commande :
Bonjour, je n'ai toujours pas reçu le colis

Une fois une commande passée sur votre boutique, il est **indispensable** d'imprimer le récapitulatif de commande via votre espace Ventes, et de le glisser dans le colis de votre client.

Ce récapitulatif de commande reprend en détails chaque élément de la vente, ainsi que vos conditions de retour en fonction de votre statut de créateur. Il représente une vraie valeur ajoutée à la commande de votre client, il vous permet de professionnaliser et perfectionner votre service client, et de fournir à votre client un document incontournable dans la vente en ligne.

NB : le récapitulatif de commande n'est ni une facture ni un formulaire de rétractation. Il ne doit pas servir à préparer la commande. Pour cela, vous trouverez le Document de préparation de commande créé à cet effet.

A quoi correspondent les dates indiquées dans le suivi de commande ?

Nous affichons 4 dates en tout :

- **La date de la commande**

- **La date d'expédition estimée**, qui est basée sur le délai d'expédition que vous renseignez (à remplir correctement en fonction de votre rythme de traitement et d'expédition).

- **La date d'expédition réelle,** qui correspond au jour où vous cliquez sur "Confirmer l'expédition", c'est à dire le jour où vous avez réellement expédiée la commande à La Poste.

- **La date de livraison estimée,** qui est affichée dès le début en **fonction de 2 éléments** : le délai d'expédition que vous avez renseigné, et la fourchette haute des délais du mode de transport sélectionné par le client. Cette date de livraison est par ailleurs recalculée à partir de la date de livraison réelle sur la base toujours de la fourchette haute des délais du mode de transport sélectionné par le client. On prend en compte la notion de **jours ouvrés** dans le calcul (c'est-à-dire qu'on ajoute 2 jours de délai supplémentaires par semaine si la commande tombe le weekend).

B. Annulation de commande

Un acheteur peut annuler une commande tant que celle-ci n'a pas été expédiée. Une fois la commande expédiée, nous parlons alors de Retour et non plus d'Annulation.

Tant qu'il n'a pas été payé par l'acheteur, **un vendeur ne doit sous aucun prétexte expédier la commande**. Jusque-là, personne n'est pénalisé si la commande est annulée.

La commission due à A little Market est imputée dès que l'acheteur a payé sa commande. En cas d'annulation de commande, nous remboursons les frais liés à la commande selon le motif de l'annulation :

- Si la commande est annulée **pour un problème de stock**, **nous ne procédons pas au remboursement de la commission**. En effet, l'état des stocks doit être tenu à jour par le créateur car c'est un gros risque de mécontentement.

- Si un vendeur annule une commande alors qu'elle a été réglée, le vendeur rembourse l'acheteur et il sera remboursé des frais A little Market au prorata.

Comment ça marche ?

Le processus d'annulation de commande a été pensé pour permettre, aux clients comme aux créateurs, de procéder à l'annulation d'une commande en totale autonomie. Chaque action et étape du processus est répercuté des deux côtés et, clients et créateurs, disposent des mêmes informations et indications quant à la suite du processus et aux mouvements financiers qu'il implique, notamment grâce à des messages & emails d'informations.

Le processus d'annulation de commande permet :

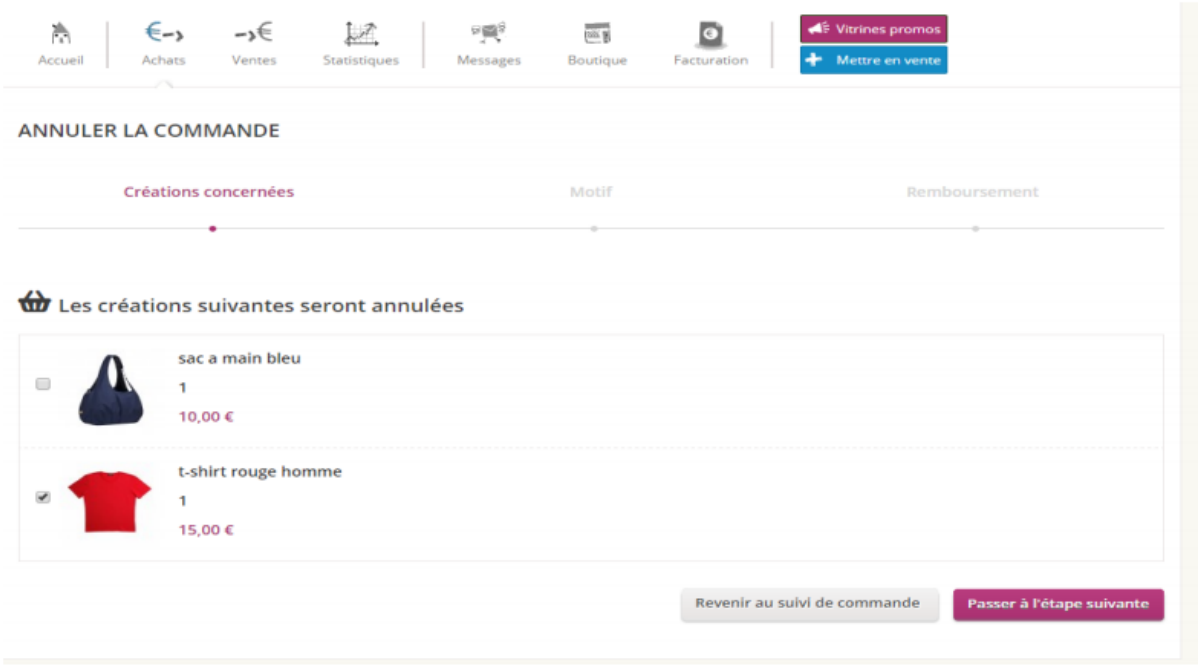
- D'annuler une commande, de manière totale ou partielle, via un processus automatique, à la disposition du client et du créateur.
- Au vendeur, de traiter les demandes d'annulation client
- D'automatiser le traitement des flux financiers, dont le remboursement des frais A little

Le client peut faire une **demande d'annulation totale ou partielle** en sélectionnant les produits qu'il désire annuler. Lors d'une annulation de commande, le client dispose d'un suivi de l'avancée du processus et de toutes les informations nécessaires (annulation en cours, remboursement ...).

Idem du **côté créateur**. Lors du traitement de la demande d'annulation du client, il dispose des informations que le client a indiquées. Le créateur peut également **annuler une commande** et dispose des **détails des procédures de remboursement,** qui varie en fonction du mode de paiement, ainsi que des indications concernant les frais A little.

Côté client

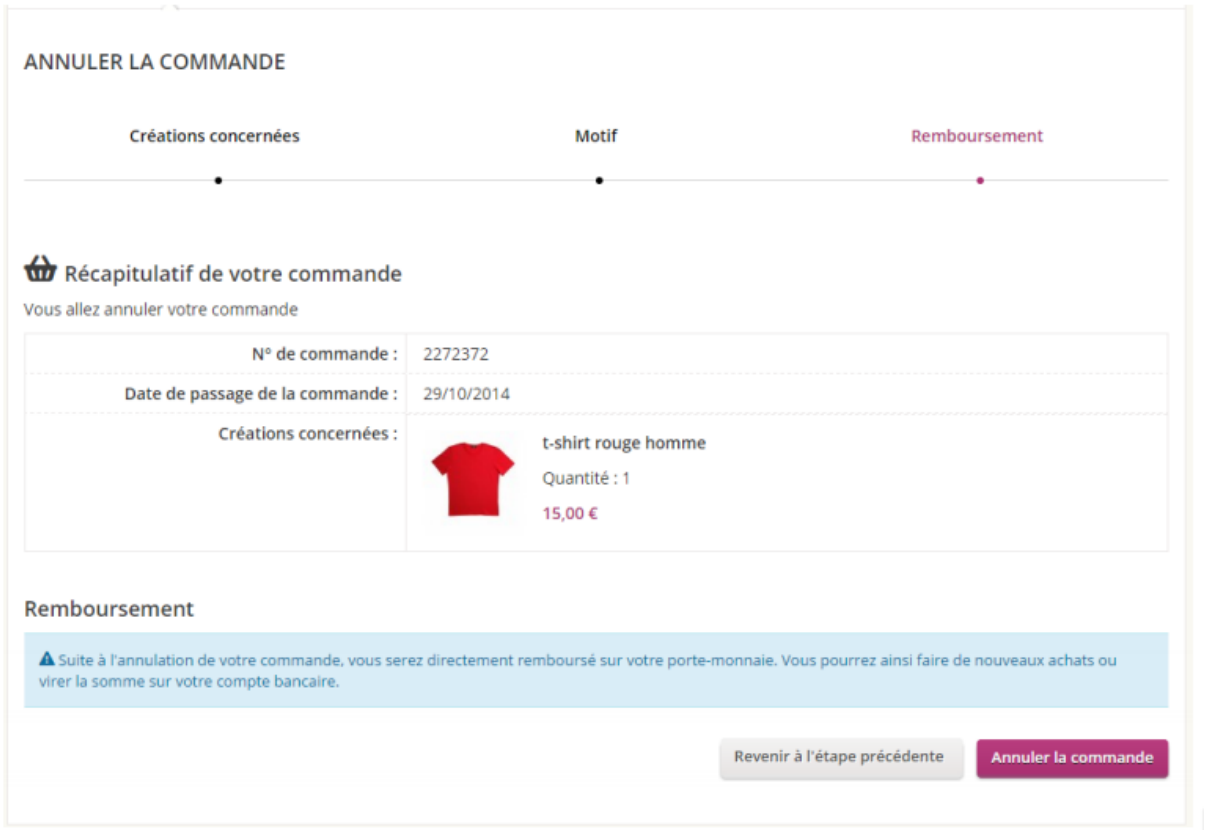
Depuis son suivi de commande dans la rubrique Achats, le client peut faire une demande d'annulation via le **bouton « Annuler la commande »**. Il est alors redirigé vers une nouvelle page sur laquelle il doit sélectionner les produits qu'il désire annuler :



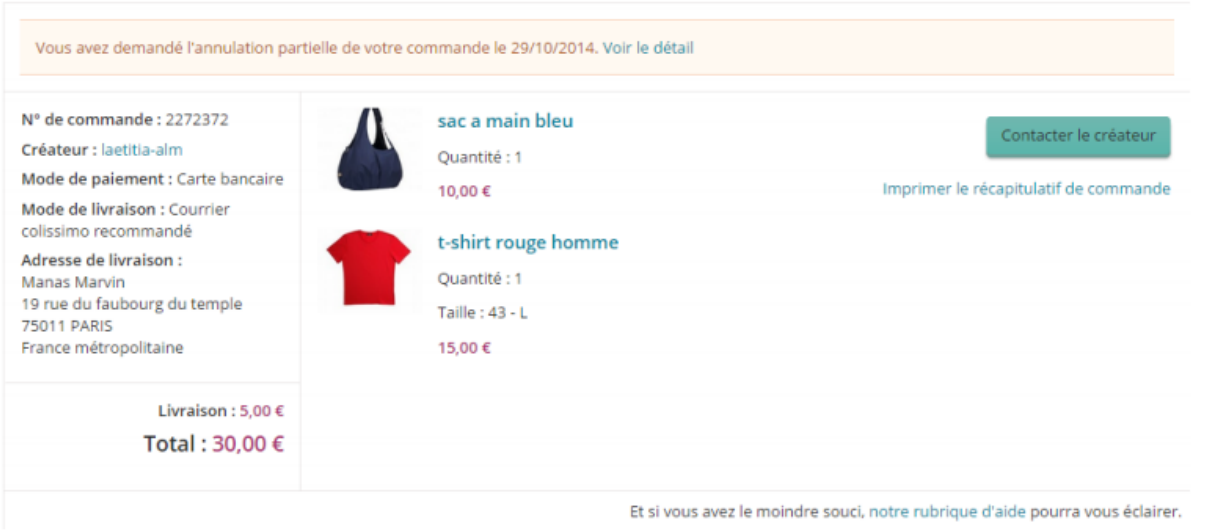
On lui demandera aussi le **motif** de son annulation :

ANNULER LA COMMANDE
Créations concernées
Motif
Remboursement
Pourquoi voulez-vous annuler votre commande ?
La commande a été créée par erreur
Le créateur m'a signalé une création comme non disponible
La commande n'arrivera pas à temps
Les frais de livraison sont trop élevés
La création est trop chère
L'adresse de livraison n'est pas bonne
Le mode de livraison n'est pas bon
L'adresse de facturation n'est pas bonne
Le mode de paiement n'est pas bon
Autre motif
Revenir à l'étape précédente
Passer à l'étape suivante

Une fois passé à l'étape suivante, un **récapitulatif de la demande** d'annulation est affiché afin que le client puisse valider son choix. Sur ce récapitulatif, il aura accès **aux informations** concernant son futur **remboursement** :


ANNULER LA COMMANDE
Créations concernées
Motif
Remboursement
Récapitulatif de votre commande
Vous allez annuler votre commande
N° de commande : 2272372
Date de passage de la commande : 29/10/2014
Créations concernées :
t-shirt rouge homme
Quantité : 1
15,00 €
Remboursement
Suite à l'annulation de votre commande, vous serez directement remboursé sur votre porte-monnaie. Vous pourrez ainsi faire de nouveaux achats ou virer la somme sur votre compte bancaire.
Revenir à l'étape précédente
Annuler la commande

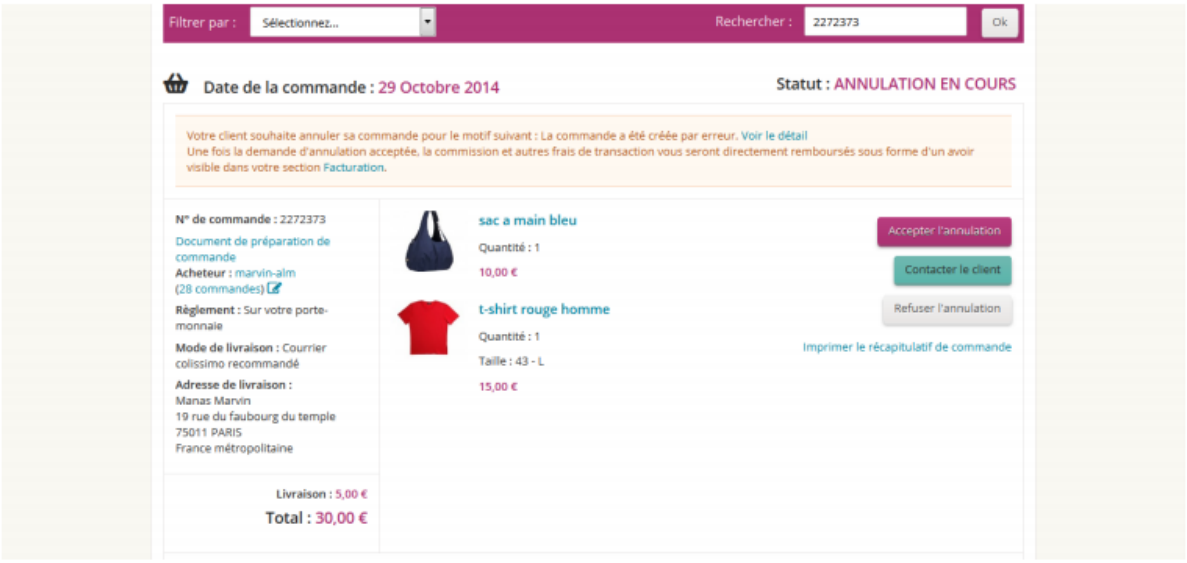
Dès que la demande d'annulation est confirmée, le client est redirigé sur son **suivi de commandes** où la commande passe en statut **« Annulation en cours ».** Un lien « Voir le détail » lui permet d'accéder au récapitulatif de sa demande d'annulation.


Vous avez demandé l'annulation partielle de votre commande le 29/10/2014. Voir le détail
N° de commande : 2272372
Créateur : laetitia-alm
Mode de paiement : Carte bancaire
Mode de livraison : Courrier colissimo recommandé
Adresse de livraison :
Manas Marvin
19 rue du faubourg du temple
75011 PARIS
France métropolitaine
Livraison : 5,00 €
Total : 30,00 €
sac a main bleu
Quantité : 1
10,00 €
t-shirt rouge homme
Quantité : 1
Taille : 43 - L
15,00 €
Contacter le créateur
Imprimer le récapitulatif de commande
Et si vous avez le moindre souci, notre rubrique d'aide pourra vous éclairer.

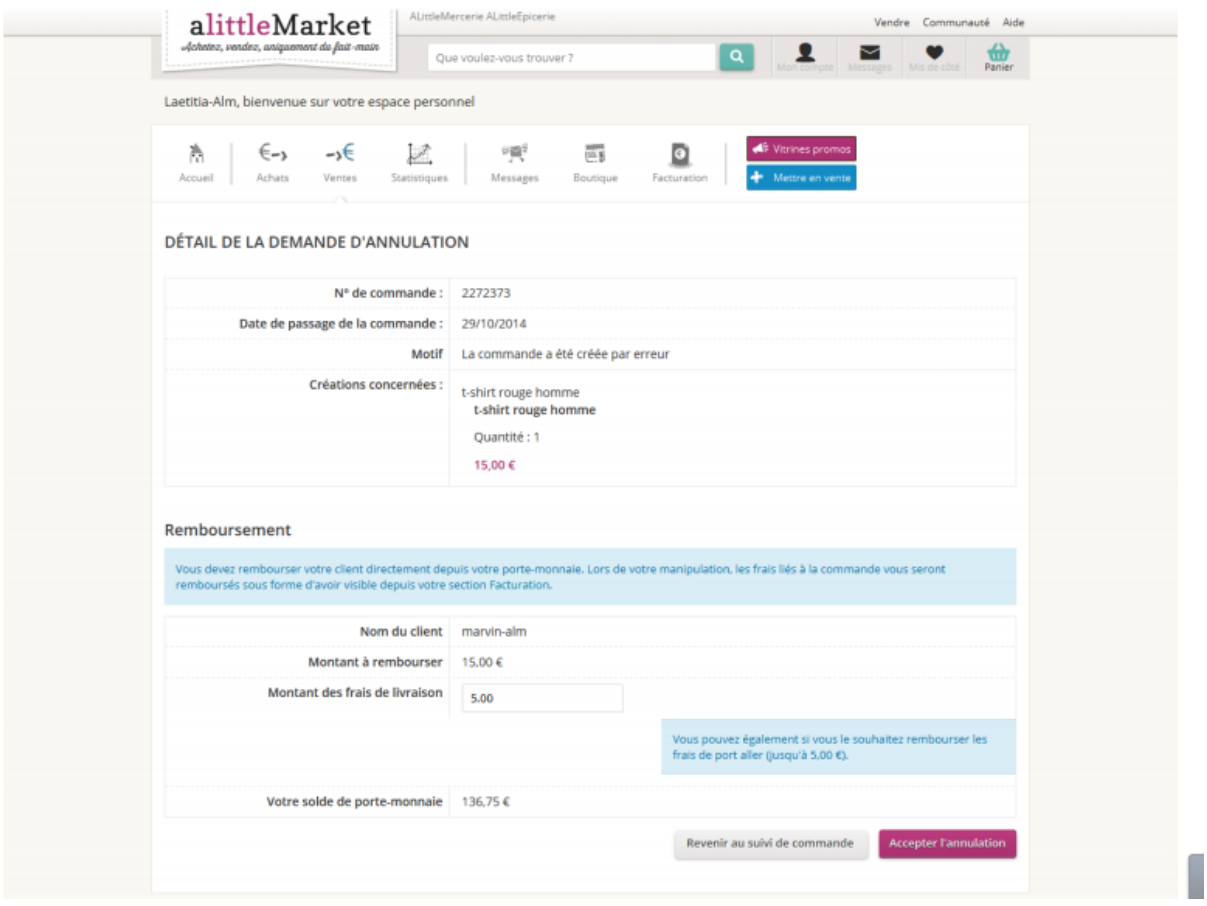
Les **informations** de la demande d'annulation sont **envoyées par e-mail** au client, après qu'il ait procédé à sa demande d'annulation. Une **notification** est également **envoyée par e-mail au créateur** l'invitant à traiter à la demande (avec le motif de l'annulation et les informations relatives au remboursement à effectuer pour traiter l'annulation).

Côté créateur

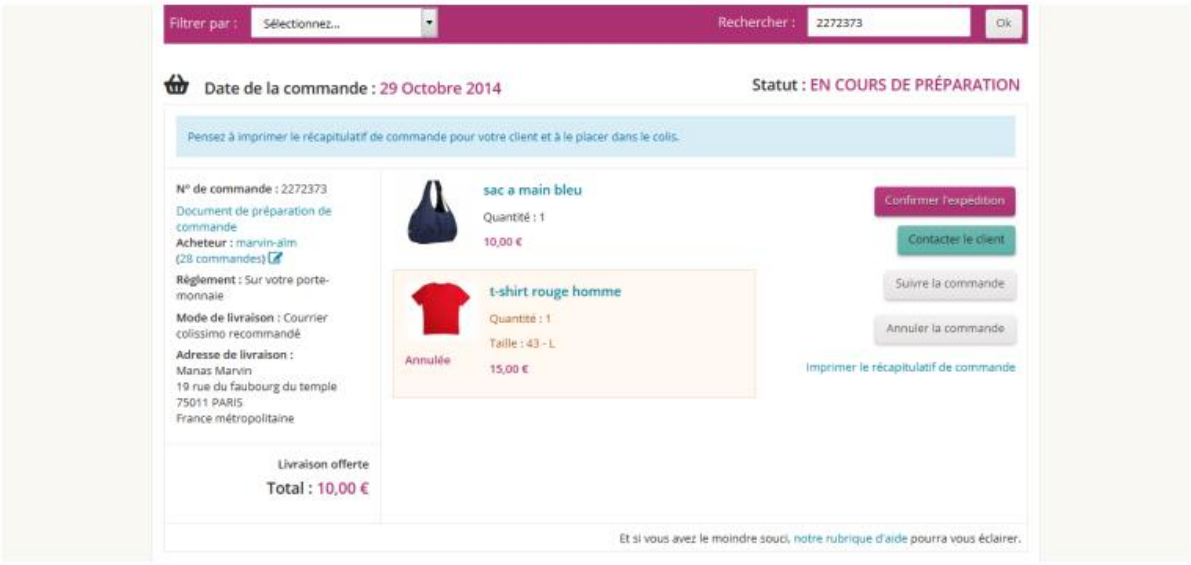
Une fois que le client a fait sa demande d'annulation, la commande passe **en « Annulation en cours »** dans le suivi de commandes.


Filtrer par :
Sélectionnez...
Rechercher :
2272373
Ok
Date de la commande : 29 Octobre 2014
Statut : ANNULATION EN COURS
Votre client souhaite annuler sa commande pour le motif suivant : La commande a été créée par erreur. Voir le détail
Une fois la demande d'annulation acceptée, la commission et autres frais de transaction vous seront directement remboursés sous forme d'un avoir visible dans votre section Facturation.
N° de commande : 2272373
Document de préparation de commande
Acheteur : marvin-alm (28 commandes)
Règlement : Sur votre porte-monnaie
Mode de livraison : Courrier colissimo recommandé
Adresse de livraison :
Manas Marvin
19 rue du faubourg du temple
75011 PARIS
France métropolitaine
Livraison : 5,00 €
Total : 30,00 €
sac a main bleu
Quantité : 1
10,00 €
t-shirt rouge homme
Quantité : 1
Taille : 43 - L
15,00 €
Accepter l'annulation
Contacter le client
Refuser l'annulation
Imprimer le récapitulatif de commande

Le lien « Voir le détail » permet d'accéder au traitement de la demande d'annulation, tout comme le lien **« Accepter l'annulation ».**


alittleMarket
ALittleMercerie ALittleEpicerie
Vendre
Communauté
Aide
Que voulez-vous trouver ?
Panier
Laetitia-Alm, bienvenue sur votre espace personnel
Accueil
Achats
Ventes
Statistiques
Messages
Boutique
Facturation
Vitrines promos
Mettre en vente
DÉTAIL DE LA DEMANDE D'ANNULATION
N° de commande : 2272373
Date de passage de la commande : 29/10/2014
Motif La commande a été créée par erreur
Créations concernées : t-shirt rouge homme
t-shirt rouge homme
Quantité : 1
15,00 €
Remboursement
Vous devez rembourser votre client directement depuis votre porte-monnaie. Lors de votre manipulation, les frais liés à la commande vous seront remboursés sous forme d'avoir visible depuis votre section Facturation.
Nom du client marvin-alm
Montant à rembourser 15.00 €
Montant des frais de livraison 5.00
Vous pouvez également si vous le souhaitez rembourser les frais de port aller (jusqu'à 5,00 €).
Votre solde de porte-monnaie 136,75 €
Revenir au suivi de commande
Accepter l'annulation

Le créateur ne peut pas modifier le montant à rembourser (hors frais de livraison). En revanche, il peut ajuster les frais de livraison, dans le cas d'une annulation partielle. Les informations présentées sur cette page varient en fonction du **mode de paiement de la commande** et de son état (chèque envoyé ou non, virement effectué ou non, Paypal, paiement en 3 fois) afin de communiquer au créateur les bonnes **informations liées au remboursement** du client. Une fois la demande d'annulation acceptée par le créateur, il retourne sur **le suivi de commande**.


Filtrer par :
Sélectionnez...
Rechercher :
2272373
Ok
Date de la commande : 29 Octobre 2014
Statut : EN COURS DE PRÉPARATION
Pensez à imprimer le récapitulatif de commande pour votre client et à le placer dans le colis.
N° de commande : 2272373
Document de préparation de commande
Acheteur : marvin-alm (28 commandes)
Règlement : Sur votre porte-monnaie
Mode de livraison : Courrier colissimo recommandé
Adresse de livraison :
Manas Marvin
19 rue du faubourg du temple
75011 PARIS
France métropolitaine
Livraison offerte
Total : 10,00 €
sac a main bleu
Quantité : 1
10,00 €
t-shirt rouge homme
Quantité : 1
Taille : 43 - L
Annulée
15,00 €
Confirmer l'expédition
Contacter le client
Suivre la commande
Annuler la commande
Imprimer le récapitulatif de commande
Et si vous avez le moindre souci, notre rubrique d'aide pourra vous éclairer.

Dans le cadre d'une **annulation partielle**, la commande reste en **statut « En cours de préparation** ». Si la commande a subi une **annulation totale**, la commande passe en **statut « Commande annulée »**. En cas d'annulation totale, le remboursement du client ET les remboursements des frais liées à la commande (commission, frais de transaction s'il y a lieu) sont affichés sur l'encart de la commande.

Le créateur, de son côté, **peut également procéder à l'annulation totale ou partielle d'une commande de sa propre initiative**. Il suit alors les mêmes étapes que pour le processus d'annulation client : choix des produits à annuler, motif, calcul automatique du remboursement à effectuer et indications de la marche à suivre concernant le remboursement du client et le remboursement des frais liées à la commande.

C. Les retours et remboursements

Lorsqu'un client achète un article sur Internet, il n'est jamais sûr de ce qu'il a réellement acheté tant qu'il ne l'a pas reçu. Cela peut paraître évident, mais il ne faut pas l'oublier.

C'est un constat partagé par tous en e-commerce : faciliter les retours produits en prônant des offres et/ou services tels que « Satisfait ou remboursé », « Retour gratuit », « 100 jours pour nous renvoyer votre produit » encouragent nettement l'acte d'achat, améliorent la satisfaction et la confiance des e-clients et augmentent leur fidélité.

Concrètement quels outils sont à votre disposition ?

En tant que créateur A little Market, la qualité de votre service client est primordiale car une fois que vous avez réussi à capter vos premiers clients, votre notoriété peut s'accélérer ou au contraire s'étouffer car vos clients sont vos premiers prescripteurs :

- S'ils ne sont pas satisfaits, non seulement ils ne reviendront pas passer commande dans votre boutique (alors qu'ils apprécient votre univers créatif) mais au mieux ils ne parleront pas de vous à leur entourage, et au pire ils vous feront de la mauvaise publicité.

- Au contraire, s'ils sont satisfaits il y a des chances qu'ils parlent de vous en bien autour d'eux mais aussi qu'ils reviennent commander chez vous car votre univers créatif leur a plu et qu'ils ont apprécié l'échange, la relation avec vous.

Nous vous conseillons donc de proposer l'option :

- **Satisfait ou remboursé** (obligatoire pour les professionnels car cela correspond au droit de rétractation légal)

- et/ou le **Retour gratuit** : il s'agit ici d'un service supplémentaire proposant au client de se voir rembourser les frais de retour aux frais réels lorsqu'il souhaite retourner un ou plusieurs articles. Le montant dépendra du moyen de transport choisi (Colissimo, Point Relais, Lettre Max ou un autre moyen défini par le créateur).

Si vous choisissez de proposer ces formules, ces services seront mis en avant sur votre boutique (dans l'encart « Avantages clients de la boutique ») et sur les pages produits dans l'onglet « Conditions de vente ».

Que dit la législation sur le satisfait ou remboursé ?

La législation française impose aux vendeurs professionnels de proposer le droit de rétraction aux clients, donc le Satisfait ou remboursé. Elle ne l'impose pas aux vendeurs particuliers mais ces derniers restent tout de même responsables de la bonne exécution de la commande et doivent donc s'assurer de la livraison du produit commandé, sans dommage ni absence de conformité aux caractéristiques précisées dans l'offre (le produit doit être conforme à l'annonce).

Rassurez-vous, le fameux droit de rétractation est soumis à des règles strictes et un client ne peut demander à retourner sa commande que dans certains cas d'application précis :

- Tout simplement parce que **l'article ne convient pas**. Un client peut, sans avoir besoin de se justifier, retourner un article sous un délai de 14 jours à compter de la date de réception de la commande (ou du dernier produit de la commande, en cas de commande multiple). Dans ce cas, il doit être remboursé du montant de la commande frais de livraison inclus (on parle des frais aller). Il dispose alors de 14 jours pour retourner le produit, à ses frais (sauf si le vendeur propose le retour gratuit). De ce fait, un formulaire de rétractation est mis à sa disposition dans les CGV du créateur. A compter de la réception de l'article par le vendeur, celui-ci est tenu de rembourser le client au plus tard dans les 14 jours suivants. En cas de retard de remboursement, des majorations basées sur les prix du produit sont prévues.

- Parce que **l'article n'est pas conforme à la photo et/ou au descriptif**. Le client peut demander le remboursement ou le remplacement de l'article. Attention, dans ce cas, les frais de retour sont à la charge du vendeur !

- Parce que **l'article présente un défaut**. Comme pour le point 2, le client peut demander le remboursement ou le remplacement de l'article. Là aussi les frais de retour sont à la charge du vendeur.

Quels sont les cas où le client ne peut pas se rétracter ?

✓ Pour les commandes personnalisées, par exemple s'il a demandé qu'on rajoute le prénom de son enfant ou s'il a demandé une création sur mesure.

✓ Pour les denrées périssables, **mais ce ne sont pas des produits autorisés à la vente.**

✓ Pour les produits d'hygiène corporelle (savon,...etc.)

✓ Si l'article a été porté, et là il faut prouver qu'il a bien été porté.

Est-ce que le retour gratuit est la même chose que le satisfait ou remboursé ?

Non, il faut bien distinguer les deux. Vous pouvez très bien accepter de reprendre des articles qui ne conviennent pas sans pour autant accepter de rembourser les frais de livraison retour. Nous distinguons bien les deux services sur A little Market.

Est-ce que proposer le Satisfait ou remboursé avec retour gratuit ne risque pas de faire exploser les demandes de remboursement ?

Les commerçants que nous avons interrogés ont répondu non à cette question mais qu'en revanche cela avait eu un effet bénéfique sur leurs ventes. En plus, l'expérience montre que si un client n'a pas à payer les frais de livraison retour, il va réutiliser l'argent pour repasser une commande alors que s'il doit payer le retour, il préférera récupérer son argent.

Comment va se passer le remboursement aux clients ?

Tous les remboursements se feront par le porte-monnaie virtuel d'A little Market. Au moment où vous accepterez de prendre en charge le retour, nous vous demanderons d'indiquer le montant à rembourser. L'argent sera alors bloqué sur votre porte-monnaie virtuel. Et le client ne sera réellement remboursé que lorsque vous aurez réceptionné le colis retour.

Que se passe-t-il en cas d'échange ?

Dans ce cas, vous pourrez l'indiquer au moment d'accepter le retour et le montant remboursé passera à 0€.

Pour paramétrer le satisfait ou remboursé et/ou le retour gratuit, RDV dans Gestion de mes créations > Statut et CGV et cochez l'option Satisfait ou remboursé et/ou l'option Retour gratuit.

D. Les évaluations

Comment fonctionnent les évaluations ?

Les évaluations sont très importantes pour un site comme le nôtre. Cela nous permet de sécuriser le site et d'améliorer le niveau de service que nous vous fournissons. Si vous voulez donner une critique, assurez-vous d'avoir d'abord donné une chance de régler le problème. **Pour confirmer la réception d'une commande le client doit laisser une évaluation.**

Pour cela, il doit se diriger dans sa section « Achat s » et sélectionner dans le filtre des commandes les commandes « A évaluer ». Il laissera alors son évaluation pour la commande concernée. De la même façon le vendeur pour laisser une évaluation au client doit se rendre sur sa section « Ventes » et sélectionner les commandes « A évaluer ».

Tout membre peut commenter une évaluation reçue, dans un délai de 14 jours, et modifier son commentaire sous 7 jours. De même, tout membre peut supprimer une évaluation négative qu'il a lui-même formulé, dans un délai de 14 jours.

Puis-je modifier une de mes évaluations reçues ?

Vous ne pouvez pas directement modifier une évaluation reçue.

Si vous avez reçu une évaluation négative (deux étoiles ou moins), vous pouvez dans un premier temps répondre à cette évaluation, dans un délai de 14 jours suivant sa formulation, et vous pouvez modifier ce commentaire sous 7 jours. Cela vous permettra de vous justifier sur cette évaluation.

Si, en amont, vous avez réglé le problème directement avec votre client, et que vous avez trouvé un point d'entente, celui-ci peut supprimer son évaluation négative (deux étoiles ou moins) sous 14 jours, afin de ne pas vous pénaliser. Cependant, une fois l'évaluation supprimée, il ne pourra pas en formuler de nouvelle.

A little Market peut-il supprimer une évaluation ?

A little Market se réserve le droit de supprimer une évaluation dans des cas bien précis :

- L'évaluation contient des injures ou des propos déplacés

- L'évaluation contient de la publicité
- L'évaluation est manifestement frauduleuse (faite par un membre dont l'unique objectif était de donner une mauvaise évaluation à un autre membre)
- Des informations privées sont affichées dans l'évaluation (email...)
- L'évaluateur a fait l'évaluation par erreur

E. La comptabilité

Le processus de vente n'a plus de secret pour vous, vous pouvez alors calculer votre chiffre d'affaires.

Or, vous voulez faire un point dans votre compta mais vous êtes perdu(e) entre les différents chiffres, documents exportables et lignes d'opérations dans votre Espace Facturation ou votre Porte-Monnaie virtuel ?

Pour vous expliquer comment y parvenir, vous pouvez retrouver notre tutoriel Comment calculer son chiffre d'affaires pour sa comptabilité ?

Pour savoir comment déclarer vos ventes, consultez notre guide « Les statuts pour vendre sur Internet »

4. CHAPITRE 4 : DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ

Ca y est, votre boutique ouverte et vos créations mises en vente ! Changement de cap, c'est maintenant que tout commence !

Vous pouvez enfin vous concentrer sur les objectifs suivants :

- Etoffer son catalogue de créations
- Générer des visites sur votre espace de vente (travailler sa visibilité)
- Vendre vos créations (transformer les visiteurs en acheteurs)
- Fidéliser votre clientèle (faire revenir vos acheteurs)

A. Etude des critères de réussite

Début 2015, nous avons mené **une grande étude ayant pour but d'identifier les critères de réussite sur le site.**
Après avoir brassé dans tous les sens les chiffres de notre incroyable base de données, et croyez-nous, il y en a, voici les résultats de nos analyses qui vous aiderons à développer l'activité de votre boutique.

L'apprentissage primordial est la **corrélation très forte, quasi-mécanique, entre la mise en ligne de produits (en fréquence & en volume) et les ventes.** Logique me direz-vous ? Oui, mais pas si évident que ça…

- En RESUME (recette express !) -

1 POUR TESTER L'ATTRACTIVITE DE VOTRE BOUTIQUE ET DE VOTRE OFFRE, IL FAUT AU MOINS 24 CREATIONS EN VENTE

2 POUR CONTINUER A VENDRE ET PROGRESSER, IL FAUT METTRE REGULIEREMENT EN VENTE DES CREATIONS

Au moins 1/semaine, puis un peu plus selon votre capacité à créer.

3 SI MALGRE TOUT VOUS NE VENDEZ PAS, REMETTEZ EN QUESTION VOTRE OFFRE

(photos, titres, descriptifs, prix, livraison, etc.)

1. Lancer sa boutique en se donnant toutes les chances de réussir

Nous avons d'abord regardé la moyenne du nombre d'articles en vente au moment de la 1ère vente pour les boutiques ouvertes en 2014 : **la 1ère vente se fait en moyenne à 24 créations en vente.**

Cependant, si vous êtes nombreux à mettre au moins 10 articles en vente, très peu de boutiques inscrites vont jusqu'à 24 articles, ce qui logiquement ne laisse que peu de chance de réaliser sa 1ère vente.

Penser tester sa capacité à vendre avec peu de créations est une erreur, vous devez proposer une diversité d'offre (une collection) pour devenir réellement attractif. En dessous, si vous ne vendez pas, nous ne serons pas en mesure de vous dire ce qui ne va pas dans votre boutique et, de fait, de vous aider à progresser sur les points qui vous freinent.

En y réfléchissant, cela parait évident : qui voudrait entrer dans un magasin où les ¾ des rayons seraient vides ? Alors qu'une belle boutique, avec une jolie offre, du choix et de la qualité, cela donne tout de suite envie !

2. Passer de la 1ère vente à toutes les suivantes

Une fois ces 24 articles en vente, cette étude nous a conduits à regarder l'évolution des boutiques qui voyaient leurs ventes fortement augmenter OU fortement baisser.

Dans les 2 cas, l**a mise en ligne régulière de créations est intimement lié à l'évolution de la boutique** : les boutiques qui progressent sont celles qui régulièrement mettent de nouveaux articles en vente, alors que celles qui baissent, voire s'arrêtent de vendre, sont celles qui ont n'ont plus mis en ligne d'article régulièrement.

Concrètement : le top 5% des meilleurs vendeurs du site, en l'espace de 12 mois, a multiplié en moyenne par 5 le nombre d'articles en vente dans sa boutique. Alors que les autres vendeurs, en 12 mois, n'ont multiplié en moyenne que par 2 le nombre d'articles en vente.

Et 95% des boutiques dont le chiffre d'affaire a progressé de manière significative ont mis en vente au moins 1 article par semaine, et ont progressivement augmenté le nombre d'articles en vente chaque semaine.

Pour faire simple, **plus vous mettrez en ligne des créations de manière régulière, plus vous augmenterez vos chances de vendre.**

Sans cette régularité des mises en vente de vos créations, nous ne pourrons pas vous dire si l'absence de vente a pour cause l'insuffisance du nombre de produits distillés régulièrement sur votre boutique, ou si elle vient de votre offre en elle-même ou sa façon d'être présentée.

3. Remettre en question son offre

Si la mise en ligne régulière de créations est LA condition NECESSAIRE pour réussir sur le site, elle peut ne pas être forcément suffisante. Il se peut que malgré 24 produits et plus dans votre boutique et une mise en ligne régulière de produits, vous ne vendiez pas.

Si tel est le cas, on dit que vous avez un problème de « conversion » (=capacité de transformer vos visiteurs en acheteurs).

Que faire dans ces cas-là ?

Il peut exister de nombreuses causes expliquant un problème de conversion : **prix inadaptés, frais de livraisons trop importants, qualité de vos fiches produits.**

Dans la majorité des cas, le problème vient des photos ou de la construction des titres et descriptifs qui ne sont pas suffisamment clairs pour donner confiance ou envie d'acheter.

Inspectez à la loupe chaque élément de façon critique et objective en vous glissant dans la peau d'un client. Regardez ce que font les meilleurs boutiques, ou tout simplement celles dans lesquelles vous pourriez acheter. Essayez alors de comprendre ce qui ne va pas dans la vôtre, et la solution à votre problème deviendra claire comme de l'eau de roche !

Pour aller plus loin…

Les résultats de cette étude sont à retrouver dans notre article sur **les critères de réussite sur le site**

La mise en ligne régulière de nouveautés est donc une des clés du succès sur le site. Pour cela, votre organisation doit donc s'adapter. Pour y parvenir, consultez notre article **3 astuces pour organiser au mieux son temps et ses priorités.**

B. Accroitre sa visibilité

1. Sur le site

- **Travailler le référencement de ses créations sur le site**

Le moteur de recherche du site évolue en permanence pour être de plus en plus efficace et gagner en pertinence sur les résultats de recherche.

Un certain nombre de critères sont à prendre en compte pour comprendre le classement des résultats du moteur de recherche, parmi lesquels (ceci n'est pas une liste exhaustive) :

- Le titre de la création : le mot le plus important en premier et exhaustivité du contenu
- La récence de la création : la nouveauté des créations est valorisée pour donner sa chance à
- La qualité des photos

A savoir:

Quand un utilisateur lance une recherche, le moteur compare la requête tapée par l'utilisateur avec les caractéristiques (renseignées par vos soins) de toutes les créations, afin de faire correspondre la recherche exprimée par le visiteur à ce qu'il souhaite trouver. Voici les caractéristiques produit principalement prises en compte ci-dessous par ordre décroissant d'importance :

1. Titre de la création
2. Catégorie de la création
3. Matériaux et Couleur(s) de la création
4. Occasion et/ou Style de la création
5. Nom de la boutique

NB : le sous-titre, la description et les mots complémentaires, au-delà de leur utilité à renseigner le client, sont essentiellement prises en compte pour le référencement externe de vos créations, c'est-à-dire leur visibilité directe sur les moteurs de recherche Internet, comme Google par exemple.

La priorité d'affichage dans les résultats de recherche est principalement définie par l'examen des mots composant le titre de la création. Une primeure est accordée aux créations dont le titre est identique à la recherche de l'utilisateur. Puis un ordre s'opère entre les créations dont le titre comporte le plus grand nombre de mots correspondant à ceux tapés dans la recherche.

Bien sûr, ce fonctionnement est pondéré par les 3 grandes lignes directrices de l'algorithme : popularité des créations et des boutiques, nouveauté/récence des créations et diversité des boutiques. Ce sont elles qui vont ensuite déterminer la place d'une création parmi toutes celles dont le titre va, par exemple, avoir les 3 mêmes mots en commun avec la recherche tapée.

Pour illustrer le fonctionnement de l'algorithme et clarifier certaines interrogations, nous vous proposons quelques questions/réponses parmi celles qui nous ont été le plus remonté.

Sachez qu'à partir du moment où vos créations s'affichent dans votre boutique, cela signifie qu'elles seront indexées dans le moteur de recherche. Si votre création n'apparaît pas dans le moteur de recherche dans les 5 minutes qui suivent sa mise en ligne, c'est normal ! Il faut un certain temps (jusqu'à 24h) à l'algorithme pour actualiser toutes ses données et attribuer un score à votre création en plus de la valorisation naturelle dont elle bénéficiera du fait qu'elle vienne d'être mise en ligne.

L'algorithme actuel permet de récompenser les créations et les boutiques qui sont appréciées, à la fois aux visiteurs et aux clients, **sans pour autant arrêter de mettre en avant les nouvelles créations**, car elles sont la base du renouvellement constant de l'offre du site.

Mais qu'est ce qu'une création et une boutique de qualité ?
Ce sont des créations et boutiques qui plaisent aux visiteurs, aux membres et aux clients du site dont les créations sont plus ou moins vues, mises en favori et qu'elles sont proposés par une boutique suivie par des membres, proposant un certain nombre d'articles et qui fait des ventes. La combinaison de tous ces critères de qualité des créations et des boutiques définit un score, dit de popularité, qui plus il est élevé, plus une création a des chances d'être achetée.

Conséquence de ce fonctionnement : le moteur de recherche va progressivement écarter et placer en dernières pages de résultats les créations qui perdent peu à peu l'attrait de leur nouveauté, qui sont peu appréciées et qui ne convertissent pas (c'est-à-dire qu'elles sont vues mais qu'elles ne sont pas vendues).

Enfin, **cet algorithme est conçu afin de donner sa chance à tous de manière égalitaire** : pour toutes les recherches disposant de résultats suffisamment fournis, le nombre de créations d'une même boutique affiché par page est limité sur les premières pages de résultats de recherche. Ceci afin **de mettre en avant la diversité de l'offre présente sur le site et un panel de boutiques plus large,** là où autrefois il pouvait y avoir 10 créations d'un même créateur affichées sur la 1ère page de résultats de recherche. Évidemment, cette notion de distinction boutique dans les premières pages de résultats ne s'applique pas s'il y a seulement 30 créations répondant à la recherche de l'utilisateur.

Pour aller plus loin…

Tous nos conseils pour vous aider à être bien référencé sont à retrouver dans notre **guide complet sur le référencement**, ainsi que nous articles sur le moteur de recherche du site :

- **Comprendre le fonctionnement du moteur de recherche**
- **Les règles d'or pour améliorer sa visibilité sur le site**

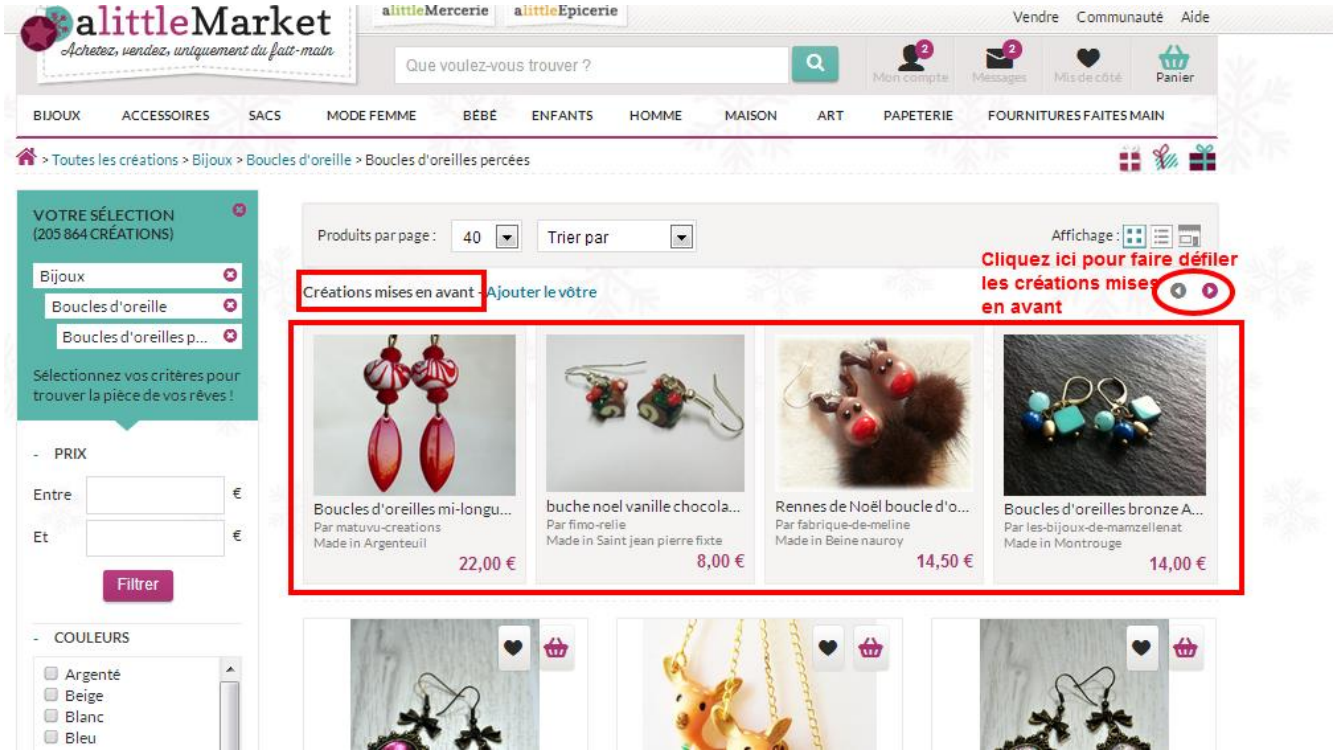
Retrouvez également notre article **« Comment améliorer son référencement naturel »** qui parle cette fois-ci du référencement à l'extérieur du site.

- **Affichages (ou Vitrines promotionnelles)**

A quoi servent les affichages ?

Les affichages, également appelés "Vitrines promotionnelles", permettent de donner de la visibilité à vos articles directement dans le cœur des visites, c'est à dire le moteur (et surtout ses résultats) de recherche. Les produits disposant d'affichages sont les premiers à apparaître en haut de la page des résultats de recherche. **Une création en vitrine est vue 3 fois plus que la moyenne** des créations du site.

La création à laquelle vous avez affecté des affichages va être mise en avant, c'est-à-dire qu'elle sera **affichée dans le bandeau déroulant « Créations mises en avant » en haut de la page des résultats du moteur de recherche**.



Cependant, les vitrines sont composées d'une sélection aléatoire de 200 articles, sélection aléatoire mise à jour toutes les heures. Si vous ne voyez pas votre création tout de suite, c'est donc normal. De plus, **votre création sera affichée aléatoirement le long du bandeau déroulant « Créations mises en avant »** jusqu'à ce que vos crédits d'affichages soient épuisés. Votre création peut donc figurer sur la première partie du bandeau un jour et sur les parties

suivantes le jour d'après. N'oubliez donc pas de faire dérouler le bandeau pour y voir votre création.

Un crédit d'affichage est consommé lorsque votre produit a été vu (et non cliqué) une fois. Par conséquent, avec les affichages, **vous achetez des vues et non pas des clics**. Ces affichages ne garantissent en rien des clics : 1 crédit d'affichage = **1 vue, rien de plus, rien de moins.**

Si l'emplacement de votre produit est un emplacement très visité, vos affichages peuvent alors être consommés très vite! Sinon, tout doucement. De toute façon, si votre création n'est pas affichée, votre compteur ne bouge pas!

Pour acheter des affichages allez dans Gestion de mes créations > Vitrines promos (bouton rose en haut à droite).

Le processus d'affichage se passe en 4 étapes :

1. **J'achète des crédits d'affichage**

Nombre d'affichages	Prix	Prix réduit	% de réduction
4 000	5 €	5 €	0%
8 000	10 €	9 €	10%
16 000	20 €	17 €	15%
24 000	30 €	25 €	17%
40 000	50 €	40 €	20%
80 000	100 €	75 €	25%

2. **Je choisis les créations à afficher**

3. **Je répartis les crédits sur mes créations :** A chaque création doit être affecté un minimum de 1000 affichages.

4. **Je choisis les emplacements** : Vous avez la possibilité de choisir comme emplacement le moteur de recherche et/ou des thèmes des guides shoppings. Nous vous recommandons avant tout le moteur de recherche où il y a plus de trafic qui passe et sur lequel vos affichages sortiront en fonction de la recherche du visiteur (attention à avoir bien travailler ses fiches produits !).

Qu'est-ce que la durée minimale d'affichage ?

Cela correspond à la durée pendant laquelle vous souhaitez que vos créations soient affichées.

Quel intérêt de programmer une durée minimale ?

Plus les affichages affectés à une création auront une durée minimale courte, plus les affichages seront efficaces. Pourquoi ? Parce que cela va vous permettre d'être très visibles pendant cette durée.

Si vous prenez 1000 affichages, et que vous vous dites que vous voulez qu'ils soient visibles pendant 30 jours, au final, vous allez simplement avoir quelques affichages visibles par jour => pas efficace.

Si vous prenez 5000 affichages, et que vous voulez qu'ils soient visibles pendant 3 jours, vous allez avoir beaucoup de visibilité pendant ces 3 jours.

Notre conseil pour ceux qui prennent des affichages

Ne pas les diluer sur 30 créations, mais choisir 2 ou 3 "produits d'appel" qui vont attirer les visiteurs sur votre boutique et les inciter à découvrir le reste de votre boutique (dans un vrai magasin, on ne met pas tout le stock en vitrine… on attire avec quelques produits stars). Et ensuite, mettre un bon nombre d'affichages sur une période courte pour assurer la visibilité et la puissance.

La solution gagnante quand on prend des affichages est donc : les mettre sur peu de créations, pendant une **durée courte**, et avec **de la puissance** (nombre important d'affichages). Ou alors sur beaucoup de créations sur une période courte et toujours avec de la puissance (mais ça coûte plus cher).

Il faut aussi cibler ses articles en fonction de la période (mais ça, c'est plus évident) : pas de maillot de bain en plein hiver, et pas de boules de Noel au mois de Mai ;)

- **Collections**

Le principe d'une collection est simple : c'est une sélection d'articles réunis autour d'un même thème choisi par le créateur de la collection (exemples : couleur, été, vintage…). L'idée est de choisir de beaux produits autour d'un thème qui vous plaît et que vous avez envie de faire partager. Un créateur peut créer autant de collections qu'il le souhaite.

> Créer une collection vous permet de développer votre réseau A little Market. En effet, en créant une collection, vous vous faites connaître d'autres membres de la communauté car les créateurs dont vous choisirez les créations dans votre collection en seront informés et seront donc susceptibles de vous ajouter à leur tour ou tout simplement de vous remercier et d'échanger sur vos univers créatifs respectifs !

Et vous aurez aussi peut-être un jour la bonne surprise de voir votre collection apparaître sur la page d'accueil d'A little Market si elle a le bonheur d'être sélectionnée par l'équipe Marketing. Les critères pour voir sa collection sélectionnée sont simples :

- Votre collection doit réunir de belles photos, au fond blanc et sans texte, pour un rendu harmonieux
- Votre collection doit se composer de 16 articles de 16 créateurs (dont vous !) différents, donc 1 création par créateur.

Les collections vous permettent également de tisser votre réseau parmi les créateurs A little Market (voir plus bas 3) Tisser votre réseau A little Market).

Pour créer votre collection, RDV dans Aperçu de ma boutique> Collections (onglet à droite)

NB : Le choix des créations et créateurs mis en avant dans le carrousel est à la discrétion du service marketing.

Pour aller plus loin…

Découvrez notre article sur **Comment bien préparer la rentrée ?** qui traite de la mise en avant de vos créations et de la visibilité de votre boutique à travers le lancement de nouvelles gammes de créations.

2. A l'extérieur d'A little Market

- **Les Widgets : installer sa boutique sur son blog**

Afin de faire connaître votre boutique A Little Market en dehors du site, nous vous donnons la possibilité de construire un widget. C'est une application communicante que vous pourrez insérer dans votre blog, qui vous permettra de mettre en valeur vos créations ou celles de vos favoris, afin de générer des ventes supplémentaires. L'installation est rapide et très simple.

Pour créer votre widget, allez dans: Statistiques > Augmenter mes visites > Sites référents > Accéder aux widgets

- **Les réseaux sociaux**

Les réseaux sociaux peuvent devenir une source de trafic si vous les utilisez comme il le faut. En effet, vous n'êtes pas sans savoir que chacun d'entre eux réunit des milliers, voire, des millions d'utilisateurs. Il serait donc dommage de passer à côté de cette opportunité de toucher de potentiels clients.

Dans le cadre de votre activité sur A little Market, les réseaux sociaux les plus intéressants sont Facebook, Instagram, Twitter et enfin, Pinterest. Retrouvez tous nos conseils sur l'utilisation de ces réseaux sociaux dans cet article.

- **Cartes de visite**

Grâce au partenariat que nous avons mis en place avec Ooprint spécialement pour vous, il vous est possible de créer gratuitement 100 cartes de visite personnalisées.

- Ooprint vous propose désormais ses nouvelles cartes de visites A little Market, entièrement redessinées, ainsi qu'un tout nouveau format : le format carré ! Aussi, vous avez maintenant la possibilité, pour 5€ de plus, de mettre un verso personnalisé à vos cartes de visites rectangulaires.

Pour profiter de cette offre et créer vos cartes de visite, RDV dans Statistiques > Augmenter mes visites > Trafic direct > 2. Profiter de l'offre A little Market/Ooprint : 100 cartes de visites gratuites.

- **Newsletter Produit**

Notez que cette fonctionnalité sera bientôt supprimée.

- **Interface d'optimisation de vos produits**

Un outil est disponible sur le site pour vous aider à optimiser votre visibilité sur Google : l'interface d'optimisation de vos produits.

Cette interface remonte automatiquement les créations qui sont mal référencées par Google et donc qui sont peu visibles.

Sur cette interface vous pourrez donc en quelques clics optimiser vos titres, sous-titres et descriptions pour que vos créations gagnent en visibilité.

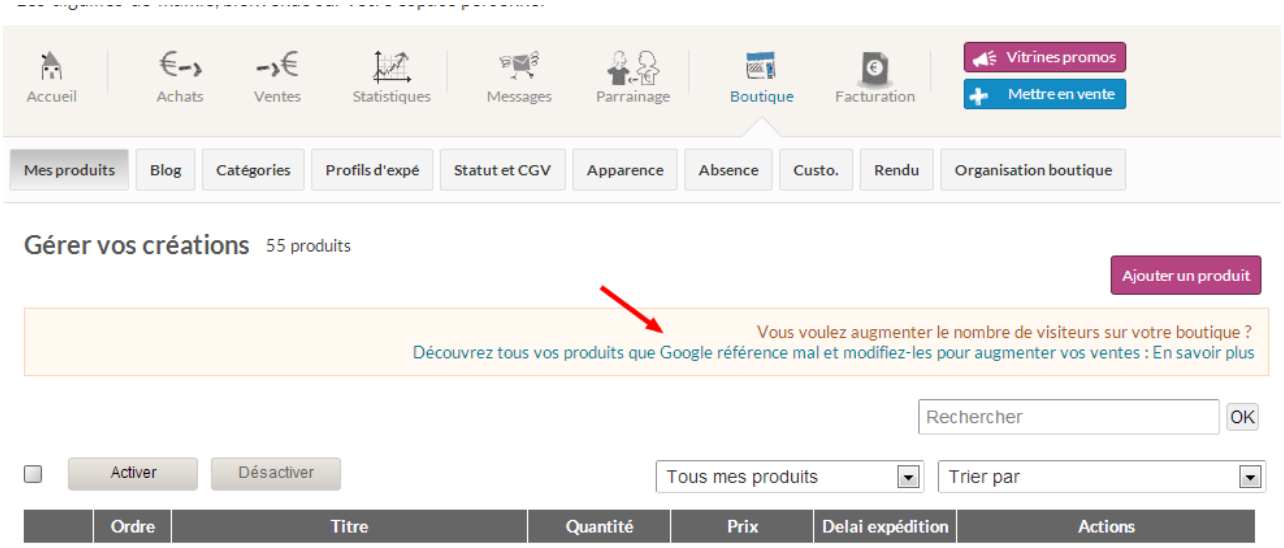
En bonus : si vous améliorez significativement vos fiches produits, nous les considérerons comme des nouvelles mises en ligne et nous les feront remonter dans le moteur de recherche du site !

Quels sont les règles à respecter pour optimiser vos fiches produits ?

- Il faut employer entre 5 et 15 mots dans vos titres et sous-titres
- Vos descriptifs doivent faire au minimum 20 mots

Où trouver cette interface ?

Dans Gestion de mes créations au-dessus de la liste de vos produits



Ou en cliquant sur ce lien : http://www.alittlemarket.com/page/creation/list_seo.php

Si le lien n'apparaît pas sur votre page « Gestion de mes créations » c'est que vous n'avez pas de créations mal référencées, félicitations !

C. Votre service client, la clé de la réussite

1. Qu'est-ce qu'un bon service client ?

Quelques chiffres pour commencer : en moyenne, **un client satisfait en parle à 3 autres**, mais **un client mécontent en parle à 10 autres** ! C'est pour cela qu'il est extrêmement important de soigner son service client.

En plus, un client satisfait c'est un client qui va vous laissez des évaluations positives, qui va vous être fidèle, et surtout qui va faire parler de vous via le bouche à oreille (il faut les chouchouter !).

Comment avoir un service client irréprochable ?

Pour avoir le service client le plus irréprochable, nous vous conseillons fortement :

- D'avoir un descriptif produit **conforme à la réalité**, afin que le client n'ait pas de mauvaise surprise
- D'être **réactif** à toute demande du client, et de respecter les délais
- D'être **arrangeant**, flexible et **sympa** ☺
- De **ne pas en promettre trop**. Si vous n'avez pas le temps de vous occuper de toutes vos commandes, rallongez les délais auprès de vos clients plutôt que de leur promettre l'impossible.
- De créer **l'effet de surprise**, avec des petites attentions auxquelles le client ne s'attend pas (un petit mot personnalisé ou encore, un petit cadeau à l'occasion d'un réachat ou d'une belle commande par exemple)
- D'entretenir des **relations simples et conviviales**

Il est également primordial de soigner chaque étape de la commande, que ce soit avant, pendant (pensez à faire un joli colis) ou après, et de garder contact avec le client par la suite pour le fidéliser.

Vous disposez sur notre site de plusieurs **outils pour communiquer** avec vos clients (messagerie, page de suivi des commandes, newsletter, votre blog ...etc.) et pour **répondre à leur attente** (options de boutique, personnalisations, réductions, programmes de fidélisation).

Voilà, si vous respectez ça, vous avez les bases d'un bon service client !

Pour aller plus loin...

Pour découvrir les recettes d'un service client au top du top, lisez le tutoriel **Optimiser votre service client : mode d'emploi**, ainsi que notre article de coaching **Avoir un service client irréprochable.**

2. Les outils & services à proposer

- **Proposer le satisfait ou remboursé avec retour gratuit aux frais réels**

Proposer le satisfait ou remboursé avec le retour gratuit aux frais réels est un argument commercial fort car il lève de nombreux freins à l'achat. Le Satisfait ou remboursé correspond au délai de rétraction légal du client et est obligatoire pour les vendeurs professionnels. **Retrouvez toutes les infos dans le paragraphe** Les retours et remboursements du Chapitre 3.

- **Bons de réduction personnalisés**

Sur A Little Market, vous avez la possibilité de créer des bons de réductions personnalisés, et de les mettre en ligne sur votre boutique afin d'en faire profiter tous vos visiteurs. Vous pouvez également les envoyer directement à vos contacts, par email. Ces bons de réduction vous permettent de proposer des offres promotionnelles à vos clients en dehors des périodes de soldes, de récompenser vos meilleurs clients ou encore de faire des surprises à vos amis !

Vous pouvez choisir le type de réduction à appliquer, limiter ou non la réduction à certaines de vos créations ou encore limiter la réduction dans le temps. Les bons de réduction que vous pouvez créer ne sont évidemment valables que pour votre boutique.

Nous vous déconseillons de créer trop de bons de réduction à la fois car cela diluera la valeur de vos offres (mieux vaut les étaler dans le temps dans des périodes creuses de l'année) et **seuls 2 codes de réduction s'affichent sur votre boutique** dans l'encart "Avantages clients de la boutique".

Pour créer un bon de réduction, allez dans Statistiques > Augmenter la fidélité de mes clients > 2. Créer des bons de réduction personnalisés

- **Programmes de réductions automatiques**

En adhérant à ces programmes de réduction, A Little Market envoie des réductions automatiques à vos clients ou prospects.

- Programme **« Transformer une mise au panier en premier achat »**

A little Market va envoyer à vos potentiels clients ayant mis l'un de vos articles dans leur panier sans l'acheter non pas une réduction mais un message les invitant à acheter dans votre boutique. En effet nous nous sommes aperçus après test que l'envoie d'un message était plus efficace que l'envoi d'une réduction.

NB : Les mises au panier spécifiées dans le bilan qui vous est envoyé chaque semaine ne sont pas des commandes. Cela veut seulement dire que des acheteurs ont placé certaines de vos créations dans leur panier.

Pour participer à ce programme allez dans Statistiques > Augmenter ma conversion > 4.Transformer une mise au panier en premier achat

- Programme **«Transformer l'intérêt d'un membre en premier achat »**

Il s'agit ici d'envoi de réductions à vos potentiels clients montrant de l'intérêt pour votre boutique, c'est à dire ayant visité au moins 3 pages de votre boutique (réduction valable 24h sur votre boutique)

Pour participer à ce programme allez dans Statistiques > Augmenter ma conversion > 5.Transformer l'intérêt d'un membre en premier achat

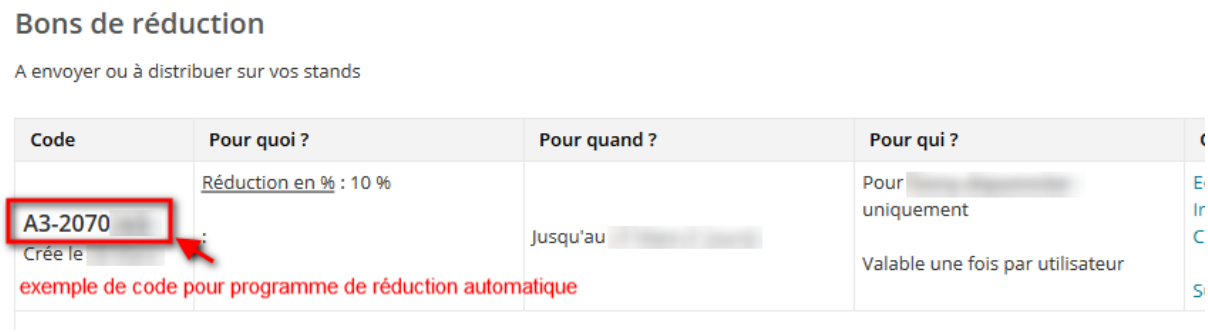
- Programme **« Transformer un premier achat en deuxième achat »**

A Little Market envoie de réductions à vos nouveaux clients après leur 1er achat afin de les inciter à passer une 2° commande (valable 1 mois sur le second achat sur votre boutique).

Pour participer à ce programme allez dans Statistiques > Augmenter la fidélité de mes clients > 1.Transformer un premier achat en deuxième achat

Important :

Les programmes de réductions que vous configurez sur la page Augmenter ma conversion vont être envoyés automatiquement quand ils seront déclenchés. Pour savoir s'ils ont été déclenchés, ils émettront un code de réduction qui apparaîtra sur la page de bons de réductions personnalisés !



D. Tisser son réseau A little Market

En rejoignant A little Market, vous avez intégré (peut-être sans le savoir) une bouillonnante communauté de créateurs passionnés avec qui vous pouvez échanger grâce à nos outils.

1. Le Forum

Le Forum est un espace réservé aux membres de la communauté de créateurs où vous pouvez vous présenter, poser vos questions et partager votre opinion en créant des discussions. Vous y trouverez de nombreuses réponses à vos éventuelles questions et de précieux partage d'expérience, alors n'hésitez pas à aller sur le Forum !

C'est aussi sur le forum que la Fine Équipe vous tient au courant des nouveautés et évolutions du site. Pour vous rendre sur le forum allez dans Communauté > Forum. Attention néanmoins à bien respecter la Charte de bonne conduite du Forum.

2. Les collections

Le principe d'une collection est simple : c'est une sélection d'articles réunis autour d'un même thème choisi par le créateur de la collection (exemples : couleur, été, vintage...). L'idée est de choisir de beaux produits autour d'un thème qui vous plaît et que vous avez envie de faire partager. Un créateur peut créer autant de collections qu'il le souhaite.

> Créer une collection vous permet de développer votre réseau A little Market. En effet, en créant une collection, vous vous faites connaître d'autres membres de la communauté car les créateurs dont vous choisirez les créations dans votre collection en seront informés et seront donc susceptibles de vous ajouter à leur tour ou tout simplement de vous remercier et d'échanger sur vos univers créatifs respectifs !

Et vous aurez aussi peut-être un jour la bonne surprise de voir votre collection apparaître sur la page d'accueil d'A little Market si elle a le bonheur d'être sélectionnée par l'équipe Marketing. Les critères pour voir sa collection sélectionnée sont simples :

- Votre collection doit réunir de belles photos, au fond blanc et sans texte, pour un rendu harmonieux
- Votre collection doit se composer de 16 articles de 16 créateurs (dont vous !) différents, donc 1 création par créateur.

Pour créer votre collection, RDV dans Aperçu de ma boutique> Collections (onglet à droite).

3. Participer aux événements

Des évènements sont organisés par la Fine équipe toute l'année partout en France mais également par la communauté des créateurs : marchés, salons, expoventes, ateliers, boutiques... De quoi découvrir un événement prêt de chez vous, de faire de belles rencontres, travailler vore notoriété et pourquoi pas glaner quelques achats !

Pour découvrir les évènements organisés, allez dans Communauté > Évènements

4. Les familles A little Market

Les familles A little Market sont des groupes créés par des membres A little Market qui se rassemblent autour d'intérêts communs. Vous pouvez rejoindre une ou plusieurs familles A little Market pour discuter avec les autres membres A little Market de sujets qui vous intéressent, ou encore ouvrir votre propre famille !

Pour rejoindre une famille ou en créer une allez dans Communauté > Familles

5. Les groupes régionaux

Afin d'entrer en contact ou de se tenir informer de l'actualité des créateurs A little Market de votre région, vous pouvez rejoindre le groupe qui rassemble les créateurs A little Market par région en allant dans Communauté > Groupes régionaux

6. Défi des créateurs

Quel est le principe du défi créatif ?

Chaque mois, un sujet de défi créatif est lancé par un créateur. Si vous souhaitez participer à ce défi créatif, il vous suffit alors de proposer un produit en rapport avec le thème.

Les membres du site vont ensuite pouvoir voter pour la création qu'ils préfèrent. A l'issu de ce vote un classement est établi et indique quelle création est la grande gagnante du Défi.

Un créateur est alors tiré au sort parmi tous les participants pour choisir le thème du mois suivant.

Quelles sont les règles à respecter ?

- Les vendeurs devront poster leur création obligatoirement entre le 1er et le 10 du Mois. Après le 10 du Mois, il ne sera plus possible de déposer son produit pour le défi du mois en cours.

- Vous devez disposer d'un compte de plus de trois mois pour pouvoir voter pour un produit.

- Le produit doit respecter le thème du défi et doit être spécialement conçu pour le défi en cours

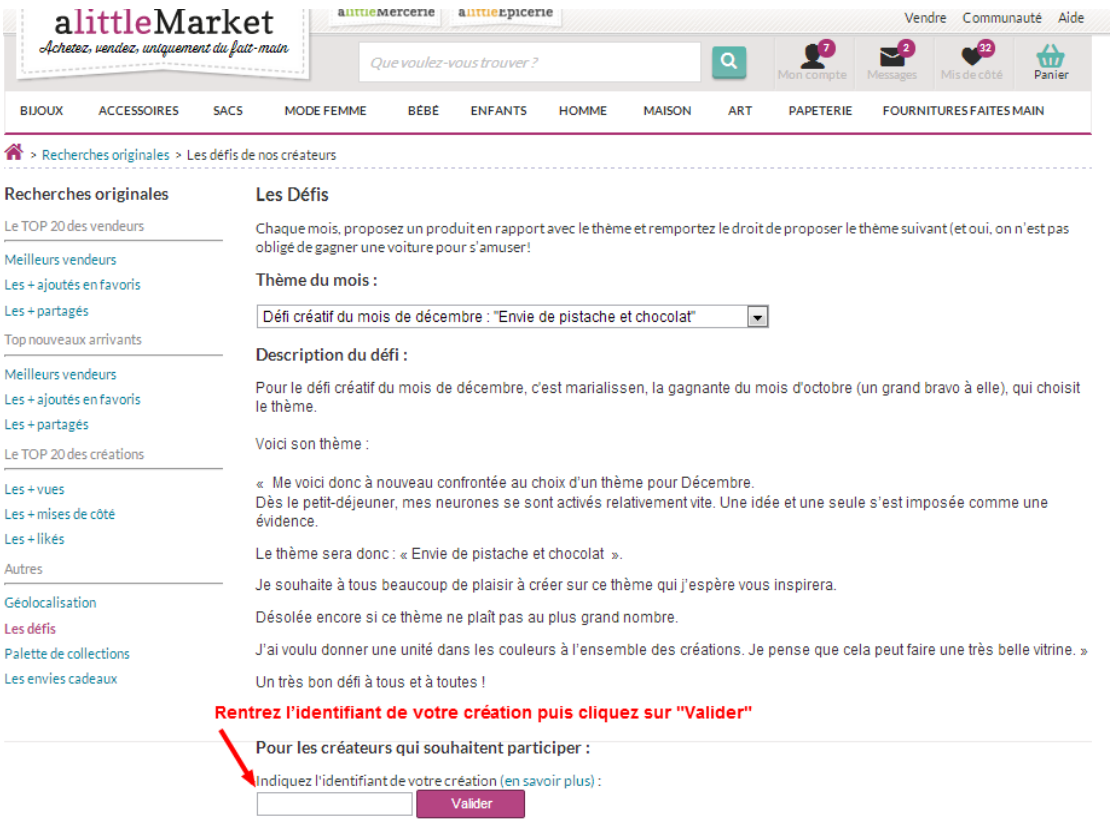
- Un seul produit par vendeur même si le vendeur dispose de plusieurs boutiques

- Bien signifier dans le titre : pour le défi "..." et justifier son choix dans la partie description (si ce n'est pas le cas le défi sera supprimé sans préavis)

Comment participer ?

Pour participer et déposer votre création pour le défi du mois, allez dans Communauté > Défis des créateurs

Déposez alors l'identifiant de votre création sur la page des défis.

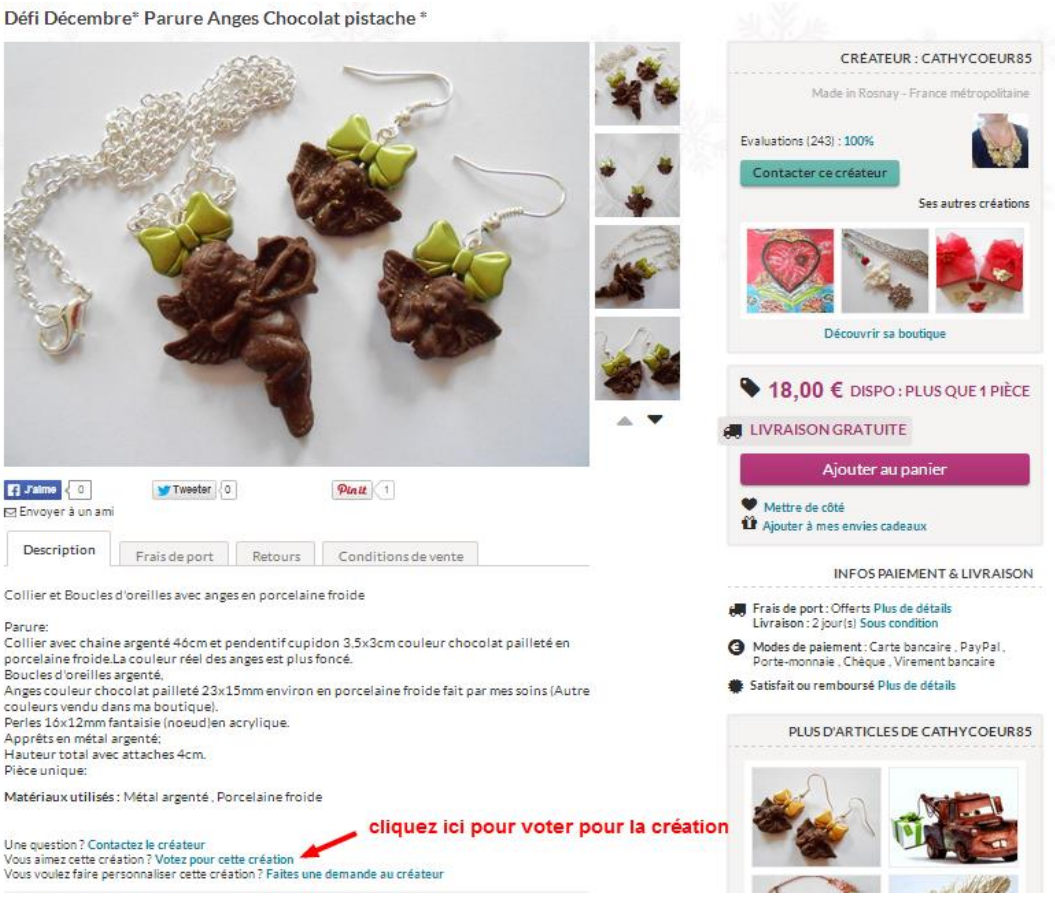

alittleMarket
Achetez, vendez, uniquement du fait-main
alittleMercerie
alittleEpicerie
Vendre
Communauté
Aide
Que voulez-vous trouver ?
Mon compte
Messages
Mis de côté
Panier
BIJOUX
ACCESSOIRES
SACS
MODE FEMME
BÉBÉ
ENFANTS
HOMME
MAISON
ART
PAPETERIE
FOURNITURES FAITES MAIN
> Recherches originales > Les défis de nos créateurs
Recherches originales
Le TOP 20 des vendeurs
Meilleurs vendeurs
Les + ajoutés en favoris
Les + partagés
Top nouveaux arrivants
Meilleurs vendeurs
Les + ajoutés en favoris
Les + partagés
Le TOP 20 des créations
Les + vues
Les + mises de côté
Les + likés
Autres
Géolocalisation
Les défis
Palette de collections
Les envies cadeaux
Les Défis
Chaque mois, proposez un produit en rapport avec le thème et remportez le droit de proposer le thème suivant (et oui, on n'est pas obligé de gagner une voiture pour s'amuser!
Thème du mois :
Défi créatif du mois de décembre : "Envie de pistache et chocolat"
Description du défi :
Pour le défi créatif du mois de décembre, c'est marialissen, la gagnante du mois d'octobre (un grand bravo à elle), qui choisit le thème.
Voici son thème :
« Me voici donc à nouveau confrontée au choix d'un thème pour Décembre.
Dès le petit-déjeuner, mes neurones se sont activés relativement vite. Une idée et une seule s'est imposée comme une évidence.
Le thème sera donc : « Envie de pistache et chocolat ».
Je souhaite à tous beaucoup de plaisir à créer sur ce thème qui j'espère vous inspirera.
Désolée encore si ce thème ne plaît pas au plus grand nombre.
J'ai voulu donner une unité dans les couleurs à l'ensemble des créations. Je pense que cela peut faire une très belle vitrine. »
Un très bon défi à tous et à toutes !
Rentrez l'identifiant de votre création puis cliquez sur "Valider"
Pour les créateurs qui souhaitent participer :
Indiquez l'identifiant de votre création (en savoir plus) :
Valider

Qu'est-ce-que l'identifiant de votre création ?

Vous pouvez trouver l'identifiant de votre création en vous rendant sur votre page Gestion de mes créations. Il s'agit du numéro qui se situe en dessous de la photo de votre création.

Comment voter ?

Rendez-vous sur la page de la création et cliquez sur «Voter pour cette création».


Défi Décembre* Parure Anges Chocolat pistache *
CRÉATEUR : CATHYCOEUR85
Made in Rosnay - France métropolitaine
Evaluations (243) : 100%
Contacter ce créateur
Ses autres créations
Découvrir sa boutique
18,00 € DISPO : PLUS QUE 1 PIÈCE
LIVRAISON GRATUITE
Ajouter au panier
Mettre de côté
Ajouter à mes envies cadeaux
INFOS PAIEMENT & LIVRAISON
Frais de port : Offerts Plus de détails
Livraison : 2 jour(s) Sous condition
Modes de paiement : Carte bancaire , PayPal , Porte-monnaie , Chèque , Virement bancaire
Satisfait ou remboursé Plus de détails
PLUS D'ARTICLES DE CATHYCOEUR85
J'aime 0
Tweeter 0
Pin it 1
Envoyer à un ami
Description
Frais de port
Retours
Conditions de vente
Collier et Boucles d'oreilles avec anges en porcelaine froide
Parure:
Collier avec chaine argenté 46cm et pendentif cupidon 3,5x3cm couleur chocolat pailleté en porcelaine froide.La couleur réel des anges est plus foncé.
Boucles d'oreilles argenté.
Anges couleur chocolat pailleté 23x15mm environ en porcelaine froide fait par mes soins (Autre couleurs vendu dans ma boutique).
Perles 16x12mm fantaisie (noeud)en acrylique.
Apprêts en métal argenté;
Hauteur total avec attaches 4cm.
Pièce unique:
Matériaux utilisés : Métal argenté , Porcelaine froide
cliquez ici pour voter pour la création
Une question ? Contactez le créateur
Vous aimez cette création ? Votez pour cette création
Vous voulez faire personnaliser cette création ? Faites une demande au créateur

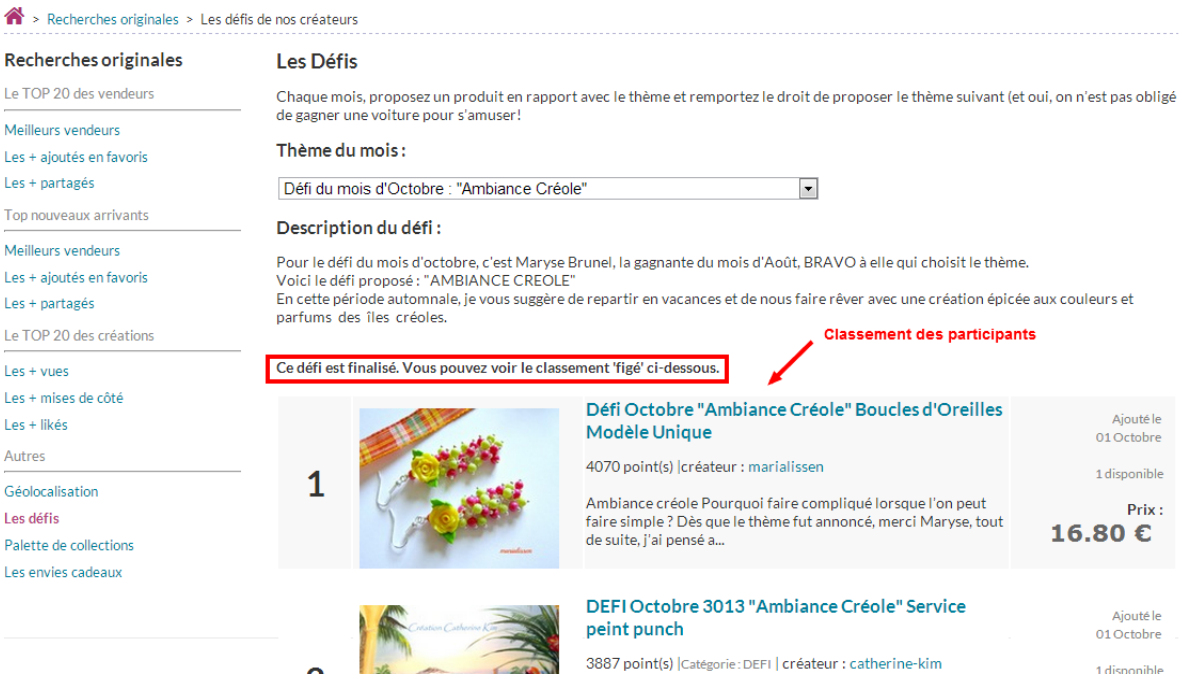
Important : Le **vote est accessible uniquement si votre création est activée** sur votre page Gestion de mes créations. De plus, son **inscription** sur la page des **Défis** (en entrant son l'identifiant) fait **disparaître votre création de votre boutique en ligne**. C'est tout à fait normal dans la mesure où une création réalisée pour un Défi n'a pas pour vocation à être vendue !

Règles concernant le vote :

- Un seul vote par membre par jour
- Chaque vote compte 1 point, qu'il soit celui d'un membre ou d'un créateur.

Comment connaître le gagnant du défi terminé ?

Pour connaître le classement et le gagnant du mois précédent sélectionnez sur la page du Défi des créateurs le mois précédent dans la roulette « Thème du mois ».


Recherches originales > Les défis de nos créateurs
Recherches originales
Le TOP 20 des vendeurs
Meilleurs vendeurs
Les + ajoutés en favoris
Les + partagés
Top nouveaux arrivants
Meilleurs vendeurs
Les + ajoutés en favoris
Les + partagés
Le TOP 20 des créations
Les + vues
Les + mises de côté
Les + likés
Autres
Géolocalisation
Les défis
Palette de collections
Les envies cadeaux
Les Défis
Chaque mois, proposez un produit en rapport avec le thème et remportez le droit de proposer le thème suivant (et oui, on n'est pas obligé de gagner une voiture pour s'amuser!
Thème du mois :
Défi du mois d'Octobre : "Ambiance Créole"
Description du défi :
Pour le défi du mois d'octobre, c'est Maryse Brunel, la gagnante du mois d'Août, BRAVO à elle qui choisit le thème.
Voici le défi proposé : "AMBIANCE CREOLE"
En cette période automnale, je vous suggère de repartir en vacances et de nous faire rêver avec une création épicée aux couleurs et parfums des îles créoles.
Classement des participants
Ce défi est finalisé. Vous pouvez voir le classement 'figé' ci-dessous.
1
Défi Octobre "Ambiance Créole" Boucles d'Oreilles Modèle Unique
4070 point(s) |créateur : marialissen
Ambiance créole Pourquoi faire compliqué lorsque l'on peut faire simple ? Dès que le thème fut annoncé, merci Maryse, tout de suite, j'ai pensé a...
Ajouté le 01 Octobre
1 disponible
Prix : 16.80 €
DEFI Octobre 3013 "Ambiance Créole" Service peint punch
3887 point(s) |Catégorie : DEFI | créateur : catherine-kim
Ajouté le 01 Octobre
1 disponible

7. Le Mur de votre profil

Votre section Profil vous permet de faire découvrir votre créativité en faisant partager, au delà de vos créations, votre univers, vos inspirations, votre histoire, etc. Photos, vidéos, articles : partagez tout ce qui permettra à vos clients de vous découvrir et de leur donner envie de venir, et revenir, dans votre jolie boutique.

Où se trouve votre section Profil ?

Allez dans Aperçu de ma boutique > Profil. Les clients et autres visiteurs de votre boutique n'auront qu'à cliquer sur cet onglet pour voir vos publications.

- Votre mur

Comme un blog, vous pouvez y publier des témoignages de votre activité à travers des articles, images et photos.

ARANTXA DUPEROU
- COUTURE -
Boutique
Profil
Envies cadeaux
Créateurs favoris
Créations mises de côté
Collections
Je suis...
C'est votre biographie
Passionnée de couture et très curieuse, j'ai commencé ma formation par un BEP couture flou, j'ai continué vers un Bac Pro Métiers de la Mode, à travers lequel j'ai passé un CAP Prêt-à-porter en candidat libre, j'ai ensuite poursuivi par un BTS Modélisme et une Licence Professionnelle de Modélisme en alternance.
Durant mon cursus scolaire, j'ai pu faire beaucoup de différents stages (Production en séries, retouches, bureau d'études et de gradation, atelier de robes de mariée de luxe sur mesure...). Une expérience très riche qui continue encore aujourd'hui :)
Arantxa Duperou
Mur de arantxa-duperou-couture
Publier
Texte
Image
Vidéo

E. Tous les outils d'aide à la vente

Retrouvez dans cette rubrique la liste de tous vos outils d'aide à la vente et cliquez sur chacun d'eux pour retrouvez toutes leurs explications et nos conseils les concernant.

- Travailler le référencement de ses créations sur le site
- Affichages (ou Vitrines promotionnelles)
- Cartes de visite
- Newsletter Produit
- Programmes de réductions automatiques
- Bons de réduction personnalisés
- Les Widgets

Pour aller plus loin...

Nul vendeur quel que soit son domaine ne peut - ne doit ! - y déroger : **décrypter ses statistiques est un élément indispensable pour analyser l'activité de votre boutique**, pour comprendre vos points forts et vos points d'amélioration et pour mesurer l'impact de ce que vous mettez en place.

Pour vous expliquer comment y parvenir, vous pouvez retrouver notre article **Comment progresser en écoutant ses statistiques ?**

5. DES QUESTIONS ? DES IDÉES ?

En plus de ce Guide du Créateur, nous vous conseillons également de lire (ou relire!) attentivement les Conditions Générales d'Utilisation, pour plus de précisions sur le fonctionnement du site, dans un jargon cher aux avocats !

Vous avez lu tout le Guide du Créateur et n'avez pas trouvé de réponse à votre question ?

Aller jeter un coup d'œil sur le Forum de la communauté A little Market : d'autres se sont sans doute déjà posés les mêmes questions que vous !

Et si vous êtes le premier, et bien n'hésitez pas à poser votre question et à solliciter la communauté A little Market, en principe très réactive et sympathique. En plus, cela vous donnera l'occasion d'échanger avec d'autres amoureux des loisirs créatifs et de vous créer un petit réseau sur A little Market !

Vous avez lu tout le Guide du Créateur et tout le Forum et vous n'avez pas trouvé réponse à votre question ?

Contactez l'équipe via la rubrique Aide du site (en haut à droite de toutes les pages).

Une idée ou suggestion d'amélioration ?

Nos délégués, qui sont la voix de la communauté auprès de la fine équipe et la voix de la fine équipe auprès de la communauté (oui, oui tout ça), sont chargés de centraliser les demandes et suggestions d'amélioration provenant des membres et nous les remontent chaque mois pour un traitement plus rapide.

Vous pouvez donc les contacter à ce sujet :

- Andrée, alias Andria2b
- Laurence, alias L'Atelier au Creux du Bois
- Pascale, alias Pascale-porcelaine
- Nathalie, alias NL-Divagations

6. CONCLUSION

Voilà, maintenant vous savez tout sur tout !

On parie qu'en appliquant tous nos conseils et en vous investissant dans votre activité A little, vous devriez (au moins !) réussir à faire quelques ventes ;) !

Néanmoins il ne faut pas oublier que se lancer dans le e-commerce, vouloir vivre de sa passion, c'est une véritable aventure, et un projet merveilleux qui fait rêver, mais que, comme toute activité de vente, sur Internet comme ailleurs, cela nécessite de l'engagement, du travail et du temps. **Il n'y a pas de succès facile et c'est à vous de construire votre réussite**.

Mais rassurez-vous, vous n'êtes pas seul !

La Fine équipe est là pour vous tenir informé des actualités du site, vous accompagner, vous donner les bons outils et les bons conseils pour vous aider à lancer puis développer votre activité sur A little Market.

Et ce n'est pas tout ! Il y a également une **formidable communauté** de milliers de créateurs qui sont tous passés par les mêmes étapes et ont rencontrés les mêmes interrogations que vous et qui sont prêt à vous répondre sur le Forum ou ailleurs. Alors n'hésitez pas à consulter ce qui s'est déjà dit sur le Forum et à les solliciter au besoin !

Vous avez donc toutes les cartes en main pour réussir sur A little Market, à condition de s'y mettre. Et oui car malgré toute notre bonne volonté de vous voir réussir, personne ne pourra faire le travail à votre place…

Mais visiblement vous êtes bien parti puisque si vous lisez ces lignes, cela veut dire que vous avez ce Guide du Créateur sous les yeux et le lire petit à petit, sujet par sujet, est déjà un premier grand pas vers la réussite de votre activité.

POUR CONCLURE :

« OSEZ VOIR GRAND, SOYEZ A LITTLE ! »